

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut

**KAITSEVÄE ÜHENDATUD ÕPPEASUTUSTE
KÕRGEMA SÕJAKOOLI KUVAND AJATEENIJATE
SEAS**

Bakalaureusetöö

Autor: Kristjan Kostabi
Juhendaja: Aune Past MA

Tartu
2009

1. EESTI RIIGIKAITSELINE KÕRGHARIDUS.....	5
1.1. Eesti kaitsevägi.....	5
1.2. Kaitseväge Ühendatud Õppeasutused.....	6
2. KUVAND.....	7
2.1. Mis on kuvand.....	7
2.2. KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kuvand	8
2.3. Hoiak ja kuvand.....	10
3. VARASEMAD UURINGUD.....	14
3.1. Kutsealuste ja reservväelaste uuring.....	14
3.2. Üliõpilaste suhtumine kaitsejõududesse 2008. aastal.....	14
3.3. Uuring NATO kuvand Eesti elanike silmis enne ja pärast alliansiga liitumist võrdluses Euroopa Liidu kuvandiga.....	15
4. UURIMISKÜSIMUSED JA METOODIKA.....	18
4.1. Uurimisküsimused.....	18
4.2. Kasutatud uurimismeetod.....	18
4.3. Valim.....	20
5. KÜSITLUSE TULEMUSED.....	21
5.1. Küsitlusele vastanute sotsiaaldemograafiline taust.....	21
5.2. KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kuvand ajateenijate seas.....	24
5.3. Ajateenijate infokanalid.....	29
5.4. Hinnanguid KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli kooli astuda soovijate hulgas.....	31
5.5. Järeldused.....	33
5.5.1. Kõrgema Sõjakooli kuvand ajateenijate seas.....	33
5.5.2. Kanalid, mida arvatakse olevat olulised KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kuvandi tekkimisel.....	35
5.5.3. Hoiakute erinevused nende vahel, kes soovivad või ei soovi KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli astuda.....	36
5.6. Diskussioon.....	36
5.7. Soovitused.....	39
KOKKUVÕTE.....	41
SUMMARY.....	43
KIRJANDUS.....	45

SISSEJUHATUS

Kaitsevägi on sõjaväeliselt korraldatud valitsusasutus Kaitseministeeriumi valitsemisalas. Kaitseväge ülesanded on riigi sõjaline kaitsmine ja osalemine kollektiivses enesekaitstes, valmistumine riigi sõjaliseks kaitseks ja osalemiseks kollektiivses enesekaitstes, osalemine rahvusvahelises sõjalises koostöös rahvusvahelise sõjalise koostöö seaduses sätestatud korras, osalemine riigisiseste kriiside lahendamisel erakorralise seisukorra või eriolukorra ajal erakorralise seisukorra seaduses või eriolukorra seaduses sätestatud korras ja muude talle seadusega antud ülesannete täitmine. (Kaitseväge korralduse seadus RT, 23.07.2008, 35, 213) Nende ülesannete täitmine nõuab väljaõppinud spetsialiste ning kui ei suudeta kõiki vajalikke ametikohti täita, võib see mõjutada kaitseväge võimekust.

Kaitseväge Ühendatud Õppeasutuste (edaspidi KVÜÕA) eesmärk on ette valmistada professionaalseid, isamaaliselt kasvatatud kõrgharidusega ohvitsere kaitsevägele, Kaitseliidule ning teistele sõjaväeliselt korraldatud asutustele ja üksustele (KVÜÕA põhimäärus RT I 2004, 7, 43; § 2 lg 1). Sõjalise kõrghariduse esimene aste omandatakse KVÜÕA koosseisu kuuluva Kõrgema Sõjakooli põhikursusel.

Antud töö eesmärgiks on uurida, milline on KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kuvand võimalike kooli astujate ehk ajateenijate seas, kuna KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli sisseastumise eelduseks on läbitud ajateenistus.

Uurimisülesanded

- Analüüsida KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kuvandit ajateenijate seas
- Uurida milliste kanalite kaudu on tekkinud praegune kooli kuvand ajateenijate seas
- Kirjeldada KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli astumise valmisolekut

Uurimisküsimused

- Milline on Kõrgema Sõjakooli kuvand ajateenijate seas?

- Milliste infokanalite põhjal on ajateenijate hinnangul tekkinud kujutluspilt KVÜÕA Kõrgemast Sõjakoolist?
- Millised hoiakute erinevused on nende vahel, kes soovivad KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli astuda ja nende vahel, kes ei soovi?

Töö on jagatud viide ossa. Esimeses osas annab autor ülevaate Eesti kaitseväest ja riigikaitse haridusest ning sellest, kuidas see on reguleeritud ja toimib ning milline on Kaitseväe Ühendatud Õppeasutuste panus Eesti riigikaitse kontekstis. Töö teises osas saab teoreetilise ülevaate kuvandist ning kuvandi ja hoiakute seostest, mida autor kasutab ka töös, selgitamaks oma vaatenurki kogutud andmete tõlgendamisel. Kolmas osa hõlmab varasemaid uuringuid, mis on sarnased ka selles töös tehtavaga, aga pole kunagi andnud piisavalt vastuseid Eesti sõjalise hariduse kohta. Neljandas osas on ülevaade töös kasutatavast uurimismeetodist, küsimustikust ja valimist.

Töö viiendas osas esitatakse uurimistulemused, milline on selle küsimustiku alusel KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kuvand, uurimistulemuste ja hoiakute võrdlus ajateenijate informeeritusega, võrreldakse neid varasemate uuringutega ning esitatakse uurimistulemuste analüüsi põhjal tehtud järeldused ja diskussioon.

1. EESTI RIIGIKAITSELINE KÕRGHARIDUS

1.1. Eesti kaitsevägi

Kaitsevägi on sõjaväeliselt korraldatud valitsusasutus Kaitseministeeriumi valitsemisalas. Riigikaitse juhtimisstruktuur tagab kaitseväge valmisoleku rahuajal ja kriisiolukordades. Kaitseväge ülesanded on: riigi sõjaline kaitsmine ja osalemine kollektiivses enesekaitstes, valmistumine riigi sõjaliseks kaitseks ja osalemiseks kollektiivses enesekaitstes, osalemine rahvusvahelises sõjalises koostöös rahvusvahelise sõjalise koostöö seaduses sätestatud korras, osalemine riigisiseste kriiside lahendamisel erakorralise seisukorra või eriolukorra ajal erakorralise seisukorra seaduses või eriolukorra seaduses sätestatud korras ja muude talle seadusega antud ülesannete täitmine. (Kaitseväge korralduse seadus, RT I, 23.07.2008, 35, 213).

Meessoost Eesti kodanik on kohustatud teenima kaitseväes - täitma kaitseväeteenistuskohustust. Aja kestel, mil kodanik on kohustatud täitma kaitseväeteenistuskohustust, on ta kaitseväekohustuslane. Eesti kodanik on kaitseväekohustuslane 16. kuni 60. eluaastani, kui teda ei ole Kaitseväeteenistuse seaduses sätestatud alustel ja korras kustutatud kaitseväekohustuslaste registrist. (Kaitseväeteenistuse seadus, RT I 2000, 28, 167)

Kaitseväekohustuslased jagunevad kutsealusteks, ajateenijateks ja reservväelasteks. Ajateenistuse eesmärgiks on Eesti kaitseks vajalike reservüksuste väljaõpetamine ning eelduste loomine elukutseliste kaitseväelaste teenistusse võtmiseks. Ajateenistuse jooksul omandatakse põhiteadmised riigikaitsest ning õpitakse tegutsema ühtse meeskonnana. Ajateenistuse lõppedes jätkub riigikaitsekohustuse täitmine reservväelasena oma üksuse koosseisus, Kaitseliidus või elukutselise kaitseväelasena. Ajateenija on seaduse alusel ajateenistuskohustuse täitmisele kutsutud kaitseväekohustuslane. (Kaitseväeteenistuse seadus, RT I 2000, 28, 167)

1.2. Kaitseväe Ühendatud Õppeasutused

Vabariigi Valitsuse 17.03.1998. a määrusega nr 52 moodustati valitsusasutuse hallatav riigiasutus Kaitseväe Ühendatud Õppeasutused. KVÜÕA on Eesti Vabariigi Kaitseministeeriumi valitsemisalas ja kaitseväe juhataja alluvuses asuv sõjaväeliselt korraldatud riigikaitseline rakenduskõrgkool.

Kaitseväe Ühendatud Õppeasutuste (edaspidi KVÜÕA) eesmärk on ette valmistada professionaalseid, isamaaliselt kasvatatud kõrgharidusega ohvitseri kaitseväge, Kaitseleidule ning teistele sõjaväeliselt korraldatud asutustele ja üksustele (KVÜÕA põhimäärus, RT I 2004, 7, 43; § 2 lg 1). Sõjalise kõrghariduse esimene aste omandatakse KVÜÕA koosseisu kuuluva Kõrgema Sõjakooli põhikursusel.

Lähtuvalt kaitseministri 8. veebruari 2001. aasta määrusest nr 3 on sõjaväelise juhtimise õppekava I astme sõjaväelise kõrghariduse õppekava, mis on õppetöö aluseks KVÜÕA põhikursusel. Eesti haridussüsteemis on õppekava vastavuses kõrgharidusstandardis rakenduskõrgharidusõppe õppekavadele kehtestatud nõuetega. Õppekava on täiendatud ja edasiarendatud versioon 2002. aastal koostatud sõjaväelise juhtimise rakenduskõrgharidusõppe õppekavast (Sõjaväelise juhtimise rakenduskõrghariduse õppe õppekava reg nr 80045).

Sõjaväelise juhtimise õpe kestab 3 aastat. Õppekava koosneb alusõppest (31 AP mahus), suunaõppest (47 AP mahus), erialaõppest (vähemalt 21 AP mahus), praktikast (vähemalt 21 AP mahus) ja lõputööst (4 AP). Sõjaväelise juhtimise õppekava täitmiseks on vaja läbida õppeaineid 120 ainepunkti mahus ning kaitsta lõputöö (4 AP) (ibid 2008).

Kuna Eesti kaitsevägi on noor ja paljud asjad, mis on pikema kogemusega armeedele tavapärased, arenevad veel ja on kujunemisjärgus, on ka sõjalisel haridusel ning selle arendamisel suur tähtsus – kui mitte millegi muu, siis vähemalt kaitseväge identiteedi ja ohvitserkonna ühiskonda asetumise seisukohalt kindlasti (Kolga 2007).

2. KUVAND

2.1. Mis on kuvand

Tähistamaks sünonüümset sõna imago, kasutatakse töös valdavalt eestipärasemat sõna kuvand.

J. Grunig on analüüsinud erialakirjandust ja väidab, et mõisteid reputatsioon, maine, imago, kuvand, bränd, pertseptsioon (ld *perceptio*, vastuvõtt, kujutus, tajus, objektiivse tegelikkuse peegeldumine psüühikas meelte kaudu) ja mulje on kasutatud sageli sünonüümselt või teiste mõistete selgitamiseks. (Grunig, Past 2007 kaudu)

Kuvand on nende teadmiste, ootuste, uskumuste ja muljete summa, mida keegi toote või teenuse kohta omab. (Longman 1961)

Imago käsitlused võib jagada kaheks. Ühed tegelevad imago kui kognitiivse struktuuriga, subjektiivse teadmisega, mis tekib sihtgruppides. Sellist imagot nimetatakse inimlikuks imagoks ja see vastab kiirelt küsimusele, mis on organisatsioon. Teine imago käsitlus tegeleb enam organisatsiooni visuaalse ja avalikkusele esitletava soovitud imagoga. Selle loojateks on *spin doctorid* ja *image makerid*. James E. Grunig nimetab *image-makerite* loodut artistlikuks ehk instrumentaalseks imagoks. (Grunig, Past, Vihalemm 2004 kaudu).

Imago on sihtgruppides organisatsioonist kujunenud pilt, mis tekib vastastikuse mõju tulemusena. Imago on kahetasandiline selles mõttes, et ühelt poolt on olemas organisatsiooni eneseimago, millele vastavalt luuakse ka oma kommunikatsioon. Teiselt poolt tekivad imagod sihtgruppides, kes organisatsiooniga kokku puutuvad. Kuvandi teket mõjutab ka nende gruppide identiteet. Organisatsiooni kommunikatsioonis on imagol oluline roll, kuna selle põhjal teevad tarbijad ja ka sisemised sihtgrupid oma otsuseid. (Past 1999)

Organisatsiooni imago koosneb kolmest osast: tuntuusest, reputatsioonist ja profiilist. Kujutus tekib millestki, mida teatakse. Reputatsioon tekib usaldatavusest ja usutavusest,

organisatsiooni tegelikust olemisest ja kommunikatsioonist. Spetsiifiline profiil aitab eristada organisatsiooni teistest sama reputatsiooniga organisatsioonidest. (ibid 1999)

Inimesed ostavad ja tarbivad mitte niivõrd selle alusel, kas nende poolt valitud toodetel või isikutel on tegelikult need omadused, mida neil eeldatakse olevat, vaid selle alusel, milline on subjektiivne arvamus või ettekujutus nendest omadustest. (Bachmann 2005) Võib arvata, et samasugused kognitiivsed süsteemid kehtivad ka õppimisvõimaluste valiku, kooli või elukutse valiku puhul.

Imago on igasuguste otsustamiste puhul küllaltki oluline - toimivad kognitiivsed skeemid, imago on mõtlemise komponent. Kognitiivpsühholoogia aspektist lähtudes, siis imago on tunnetamise kognitiivne vorm. (Beach 1990)

Lisaks organisatsiooni poolt kontrollitavale teabele kujundab arvamust teenuse kohta ning ostuotsuse küpsemist veel paljudest teistest n-ö kontrollimatustest allikatest - näiteks isiklikust tarbimiskogemusest, konkurentidelt, meediast, tuttavatelt-sõpradelt – tulev teave. Seega kujuneb sihtrühma arvamus mitmekesise info baasil. (Arulepp 2003) Jällegi võiks eeldada, et sarnaselt tekib arvamus või otsus hariduse ja ka kooli kohta, kuna õppimisvõimaluste info liigub samuti mööda paljusid kanaleid.

2.2. KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kuvand

Avalik imago ei ole mitte organisatsiooni kujutis sotsiaalses peeglis, vaid sotsiaalne produkt, mis on ainult kaudselt suhestatud sellega, mida ta peaks peegeldama. (Gruning, Past, Vihalemm 2004 kaudu)

Tuginedes viieaastasele töökogemusele Kaitseväe Ühendatud Õppeasutuses ja varasematele uuringutele, on autoril tekkinud arvamus, et KVÜÕA ei ole käesolevas töös vaatluse all oleva perioodi ajal, 2002. aastast kuni 2008. aasta õppeaasta alguseni kujundanud avalikkuse silmis selget arusaama Eesti sõjaväelisest kõrgharidusest, et tugevdada sotsiaalset sidusust KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli ja ühiskonna vahel.

KVÜÕA ei ole andnud teadmisi kooli kohta, mis oleksid tekitanud KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kuvandi kognitiivse struktuuri ühiskonnas, vaid loob kaitseväes 8 kuni 11 kuud olevatele ajateenijatele oma kuvandit (*image making*). Selle kujunemist mõjutavad lühiajaliselt organisatsiooni tutvustamine ja sümbolkommunikatsioon värbajate, ka kooli esindajate külaskäikude kaudu, samuti kaitseväe siseteavituskanalite: ajakirja Sõdur, ajalehe Sõdurileht ja ajakirja Kaitse Kodu kaudu.

Selle tagajärjel puudub autori arvates noortel enne ajateenistust subjektiivne teadmine KVÜÕA Kõrgemast Sõjakoolist ja olemasoleva kujutluspildi tekkimisel sõjakooli võis olla suurim mõju erinevate gruppide hoiakutel sõjalisse valdkonda.

KVÜÕA kasutas sellel perioodil oma sõnumite edastamiseks põhiliselt kaitseväesiseseid tasuta teavituskanaleid: ajakirja Sõdur, ajalehte Sõdurileht ja ajakirja Kaitse Kodu, mida ei ole tavalevis ja mille kaudu usutavasti kooli sõnumid usutavasti avaliku arvamuseni ei jõua ning ei mõjuta seega ka Eesti ühiskonda. Tavameediasse anti tavaliselt üksikuid pressiteateid kooli aastapäeva puhul, enne dokumentide kooli vastuvõtu algust jne., näiteks aastal 2007 ilmus Postimehes kolm pressiteadet Kõrgema Sõjakooli kohta, 2006. aastal üks ja 2005. aastal samuti üks pressiteade (www.postimees.ee). Eesti Päevalehes oli aastal 2007 kaks pressiteadet, 2006. aastal üks pressiteade ja aastal 2005 viis kirjet, millest üks on lugejakiri (www.epl.ee).

Sõdurilehte ei saa osta vabamüügist, kaitseväe nädalalehte jagatakse teabeohvitseride kaudu otse väeosadesse ja Kaitseliidu malevatesse (EKV pressiteade 23. aprill 2001).

Ajakirja Sõdur ei ole samuti tavalevis, ajakiri Kaitse Kodu ilmub ka Kaitseliidu koduleheküljel internetis, aga on autori hinnangul raskesti leitav.

Autori arvates ei teki selle kõige eelneva koosmõjul avaliku arvamuse jaoks organisatsiooni kuvandi kolme olulist komponenti: tuntuks, mille tõttu ei saa ka reputatsiooni tekkida, võistlemaks teiste ülikoolidega haridusturul ja profiil ei eristu seetõttu, kuna see ei paista

välja. Määravaks KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kuvandi tekkimisel võivad saada varasemad hoiakud sõjaväestatud organisatsioonidesse, millel ei pruugi olla seost tegeliku olukorraga.

2.3. Hoiak ja kuvand

Hoiak on üldine ja suhteliselt püsiv hinnanguline suhtumine mingisse nähtusesse. See hõlmab tõekspidamisi, tundeid ja käitumist. (Gerow, Brother, Newell 1989)

Hoiak võib olla emotsionaalne poolt- või vastureaktsioon, positiivne või negatiivne hinnang, suhtumine teatud tegevusse või nähtusesse, üks või teine taju variant, üks või teine liigutus. Hoiak võib endast kujutada teatud häälestatust, ootust, suhtumiste süsteemi, mis kujuneb inimese kogu eelneva sotsiaalse ja/või praktilise kogemuse mõjul. (Bachmann, Maruste 2001)

Hoiakunähtusest „kapriisseimad” on eelarvamused. Enamasti on siin tegemist gruppidevaheliste hoiakutega, mis ei ole faktiliselt põhjendatud. Eelarvamus tekib eristuse meie-nemad pinnalt. Endast ja oma grupi esindajatest erinevaid teisi inimesi ei seata endaga ühele pulgale. Endast erinevaid omadusi, jooni ja tunnuseid peetakse sobimatuteks ja ebameeldivateks. Eelarvamusliku suhtumisega kaasneb sageli üldiste abstraktsete omaduste omistamine konkreetsele üksikisikule ilma vastavat kontrolli tegemata. (ibid 2001)

Hoiakute kujunemist mõjutavad peamiselt inimese elukogemused. Gordon Allport toob välja, et hoiak koosneb kolmest komponendist:

1. Kognitiivne ehk tunnetuslik komponent sisaldab tõekspidamisi, arvamusi, teadmisi või informatsiooni mingi nähtuse kohta. Kognitiivne komponent saadakse läbi välise kogemuse nt. suhtlemine teistega, ajalehtedest loetu, televisioonist nähtu.
2. Emotsionaalse komponendi moodustavad tunded, suhtumised ja meeleolud, mis on antud nähtusega seotud. Emotsionaalne element hoiakutes saavutatakse eelkõige personaalsete läbielamiste kaudu.
3. Käitumusliku komponendi moodustavad inimese soov ja oskused käituda vastavalt oma hoiakutele. (Allport, Rogers 2003 kaudu)

Organisatsiooni kuvand ja hoiak organisatsiooni on autori arvates oma olemuselt sarnased, kuid piisavalt erinevad, et mõjutada teineteist palju. Näiteks organisatsiooni või isiku kuvand võib tekkida varasemate hoiakute põhjal valdkonda, kus isik või organisatsioon tegutseb. Aune Past selgitab raamatus Mainekujundus ettevõtluses ja poliitikas, et imago on mitmedimensiooniline, sisaldades nii subjektiivset teadmist, hoiakuid kui ka hinnanguid. Sihtgrupi hoiakute puhul organisatsiooni mängivad rolli sotsiaalsed tajud, mõtlemisharjumused, väärtusorientatsioonid ja eelarvamused, mis võivad tekitada organisatsioonist stereotüüpseid kuvandeid, kui organisatsioon on teinud kommunikatsioonivigu. (Past 2007)

Kui stereotüüpsed imagod on tekkinud, on neid raske muuta, kuna imagod toimivad emotsionaalse filtrina. Olgu faktid millised tahes, imagod filtreerivad välja selle, mida me ei usu olevat tõde. Samal ajal on positiivne imago kõige positiivse võimendaja, sest me usume positiivset sõnumit olevat tõde. (ibid 2007)

Sihtgrupp tõlgendab organisatsiooni sõnumit vastavalt oma kogemusele, kultuuritaustale ja kommunikatsiooniprotsessist lähtudes. Sihtgrupid suhtuvad imagosse nii, nagu oleks see tegelikkus. Sihtgrupid loovad organisatsiooni imago ja see ei peegelda organisatsiooni kõiki omadusi. (Äripäeva käsiraamat 2008)

Kui KVÜÕA Kõrgemalt Sõjakoolilt ei ole vajalikku infot saadud, aga otsus on vaja vastu võtta (võtame näiteks keskkoolilõpetaja, kes otsib infot kõrgkoolide kohta, kuhu astuda), leitakse info mujalt, näiteks allikatest, mida ei paku organisatsioon, vaid pereliige, indiviidi mikrokeskkond, minevikus toimunud sündmus või vaadatud film. Sellisel juhul on tegemist emotsionaalse otsusega, millel ei pruugi olla seost tegeliku olukorraga. Siis võivad mõjutada autoriteetide ja gruppide hoiakud organisatsiooni kuvandit või luua noorele oma kujutluspildi, ilma et organisatsioon ise suudaks seda protsessi hallata. Selle tulemusena võib KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli maine muutuda otsustaja silmis kas liiga heaks või liiga halvaks ja nende väärkujutelmade tulemuseks oleks pettumus või eelarvamus.

Peaks arvestama, et luues lühiajalist kuvandit pealesurutud kohustusliku ajateenistuse keskkonnas formaalsete siseteavituskanalite kaudu, võib mõju olla väga väike. Sihtgrupp ei

pruugi olla sellele infole vastuvõtlik, kuna varasemad hoiakud kõigesse ümbritsevasse ja sotsiaalne taust, mis noorel inimesel on, mõjutavad tema plaane ja otsuseid.

Arvukad uurimused nii meil kui mujal on kinnitanud, et keskkond, kus laps on kasvanud, on üks määravamaid faktoreid tema hilisema elutee kujundajana. Kõige otsesemalt väljendub see noorte haridusplaanides ja nende realiseerimises: mida kõrgem on vanemate haridustase, seda kõrgemale seatakse ka enda hariduslatti, ja mida madalam, seda madalamaga ka ise rahuldutakse. Õpilaste sotsiaalne päritolu on väga oluline, kuna sellest tulenevad sotsiaalne hoiak, sotsiaalsed tajud, mõtlemisharjumused ja tegevusmoodused. Selle baasil kujuneb noorte väärtusmaailm. (Kenkmann, Saarniit 2005)

Kallutatud, aga sobivat informatsiooni saanud sihtgrupp võib tajuda seda kui piisavat ning isegi ei alusta infootsinguid, et selgitada enda jaoks uut teavet, mis võib olla tõesem kui kodust/sõpradelt ja mujalt saadud. Või saades ajateenijana „uue” informatsiooni kaitsevääsiseteavituskanalitest, võib ta seda ignoreerida, kuna see ei sobi tema maailmapilti.

Tuleb arvestada, et sihtgrupid muutuvad sõltuvalt sellest, mida organisatsioon teeb ning kuidas inimesed ja organisatsioonid keskkonnas reageerivad organisatsiooni käitumisele.

Sihtgrupid on organisatsiooniga seotud neljal viisil:

- võimaldavad seosed (*enabling linkages*) valitsusega, seaduseandjatega jne, annavad organisatsioonile legitiimsuse, õiguse toimida;
- funktsionaalsed seosed (*functional linkages*) annavad organisatsioonile vajalikku toorainet, tööjõudu ja kliente;
- normatiivsed seosed (*normative linkages*) erialaorganisatsioonidega, kes annavad jagatud kogemuse;
- hajuvad seosed (*diffused linkages*) sihtrühmade ja indiviididega, kes ei ole organisatsiooni osad – vähemusrahvused, kohalikud suhted. (Grunig 1979)

Kui sihtgrupp on probleemist huvitatud ja selle teadvustanud, on info otsimise tõenäosus suurem ja sõnum efektiivsem. Piirangute teadvustamine vähendab info otsimise soovi ja takistab sihtgrupil oma tegevust kontrollida. Kui isiku vabadus on suuresti piiratud, siis teda

kommunikatsioon ei huvita, kuna ta ei saa midagi ette võtta. Kaasahaaratuse tase ehk tase, kuidas inimesed hindavad ennast asjasse seotud olevat, muudab sihtgruppide käitumist. Kaasahaaratud inimestel on sageli kõrge probleemi teadvustus ja madal piiratuse tunnetus. (Grunig 1979)

Tõekspidamisi, tundeid ja käitumist on autori arvates raske kui mitte võimatu lühiajalise sümbolkommunikatsiooniga muuta, samas on kerge leida toetust juba kinnistunud hoiakutele või arvamustele, mis on varasemas elus saadud.

Sellise inimese arvamust, kes on väga tugevalt mingi küsimuse vastu, on raske muuta. Samas on kerge süvendada isiku toetust küsimusele, mille poolt ta juba on. Uuringud näitavad, et enamik inimesi ei oma enamikul teemadel kindlat seisukohta. Paljudel juhtudel peitub edu võti just selles vaiksuses enamuses, kuna neid on kõige lihtsam sõnumitega mõjutada. (Seitel 2001)

3. VARASEMAD UURINGUD

3.1. Kutsealuste ja reservväelaste uuring

Kaitseressursside Ameti ja Rahvusvaheline Kaitseuuringute Keskuse uuringust Arvamused kaitseväest enne ja pärast ajateenistust 2007. a võiks järeldada, et kui 27% kutsealustest on huvitatud õppimaasumisest KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli, on veerandil küsitletud noortest enne ajateenistust olemas positiivne hoiak võimalikuks astumiseks KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli. (Kaitseressursside Amet, Rahvusvaheline Kaitseuuringute Keskus 2008)

Uuring tõi välja, et peamiseks infokanaliks, millest ajateenistuse kohta informatsiooni saadakse, on perekond ja sõbrad. Neist ammutab informatsiooni kindlasti 59% ja mõningal määral 32% küsitletutest. Kõige olulisemaks infokanaliks peab lähimat suhtlusringkonda 47% küsitletutest. Formaalsed infokanalid järgnevad märksa madalamal olulisuse tasandil: internet, sh Kaitseressursside Ameti kodulehekülg on kindlasti infoallikaks 25 protsendile ja mõningal määral 32 protsendile küsitletutest; üldhariduskool, sh riigikaitseõpetus, vastavalt 16 ja 28 protsendile; Kaitseressursside Ameti infotrükised 8 ja 24 protsendile (Kaitseressursside Amet, Rahvusvaheline Kaitseuuringute Keskus 2008).

Võttes arvesse ülaltoodud uuringutulemusi on autori hinnangul oluline valida õiged infokanalid, mida kutsealused ja ajateenijad usaldavad, praegused kasutatavad infokanalid on formaalsed ja märksa madalamal olulisuse tasandil.

3.2. Üliõpilaste suhtumine kaitsejõududesse 2008. aastal

Kaitseväge Ühendatud Õppeasutuste Kõrgema Sõjakooli keskastmekursuse kuulaja Marko Landi magistritöö (Land 2008) eesmärgiks oli 2008. a uurida ja kirjeldada üliõpilaste suhtumist Eesti kaitsejõududesse ja ajateenistusse ning analüüsida seoseid riigikaitsest arusaamise, sellesse suhtumise ja riigikaitsealase käitumisvalmiduse vahel. Käesolevas töös on kasutatud ära Landi töös esitatud tulemusi ja kontrollküsimust, et võrrelda ja leida seoseid suhtumises Eesti kaitsejõududesse ja KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli.

Üliõpilased arvavad, et Eesti vajab oma kaitsejõude. Selle väitega oli 2003. aastal nõus 82% ja 2008. aastal 89,4% üliõpilastest. Eesti kaitsejõududega seonduvasse suhtutakse jätkuvalt erapooletult, kuigi tendents on positiivsema suunas. 2003. aastal suhtus vastanuist 11,3% kaitsejõududes negatiivselt, 60,4% erapooletult ja 28,3% positiivselt. 2008. aasta uuringu näitajad on: 4,6% negatiivselt, 53,2% erapooletult ja 42,2% positiivselt. (Land 2008)

Kui 2003 aastal saadi informatsiooni kaitsejõudude ja ajateenistuse kohta põhiliselt sõpradelt ja kaaslastelt (54,7%), televisioonist (36,7%) ja ajakirjandusest (35,1%), siis 2008. aastal saadakse informatsiooni põhiliselt televisioonist (52,2%) ja ajalehtedest (43%). Sõprade osakaal on langenud 41%-le. Lisaks peetakse praegu infoallikaks ka interneti. Nii 2008. aastal kui ka 2003. aastal oldi arvamusel, et Eesti elanikud vajavad rohkem objektiivset infot kaitsejõududes toimuva kohta. Seda väidet toetas 2003. aastal ja toetab ka 2008. aastal 82% vastanuist. (ibid 2008)

3.3. Uuring NATO kuvand Eesti elanike silmis enne ja pärast alliansiga liitumist võrdluses Euroopa Liidu kuvandiga

Käesoleva töö autor kasutas uurimusest ära NATO kuvandit puudutavat osa ning kasutas Linni bakalaureusetöö (Linn 2005) tulemust enda seisukohtade kinnitamiseks.

Neile, kes enda hinnangul on NATO-st väga hästi informeeritud, tundub NATO ligitõmbav, avatud, turvaline ja soe ning neile, kes enda hinnangul on NATOst väga vähe informeeritud, tundub NATO külm, oluliselt võõram, hall ning väga vähe ligitõmbav. (Linn 2005)

Võrdlus 2002. ja 2004. aasta uuringute tulemuste vahel näitab, et pärast alliansiga liitumist on tunnuste „avatud“ „kasvav“ ning „arenev“ osakaal võrreldes liitumiseelse ajaga langenud. Võrreldes NATO ja Euroopa Liidu imagoid tunnuste pingeridade alusel, selgus, et NATO ja Euroopa Liidu imagod on üldiselt vägagi sarnased. (ibid 2005)

Suhtumine NATO-sse kui militaristlikku organisatsiooni sõltub emotsionaalsest seotusest organisatsiooniga ja määravaks on hoiak või eelarvamus, kui inimene on halvasti informeeritud. (Linn 2005) Sama võiks arvata ka KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kui rahvusvaheliselt akrediteeritud NATO riigi sõjakooli kohta ning arvestada võimalusega, et

mida rohkem on inimesed kooliga emotsionaalselt seotud, seda ligitõmbavam on KVÜÕA Kõrgem Sõjakool.

Einar Linn leidis oma bakalaureusetöö kokkuvõttes, et suhtumine NATO-sse ei sõltu mitte niivõrd inimeste informeeritusest, kuivõrd emotsionaalsest hoiakust. Seetõttu pole niivõrd oluline infot anda, kuivõrd luua suhet.

3.4. Kaitseväe Ühendatud Õppeasutuste õppeosakonna vastuvõtustatistika 2002-2008

KVÜÕA õppeosakonna statistika eesmärk on anda koolile teada, kui palju ja milliseid noori soovib pürgida kadetiks. KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli õppeosakonna planeerimisjaoskonna andmetel on alates aastast 2002 konkurss kooli 50-le õppekohale pidevalt vähenenud, 2005. aastal pisut tõusnud ning seejärel edasi langenud.

Tabelis 1 on toodud välja sisseastumiskatsete toimumise aasta ning kandideerijate koguarv, kelle hulgas olid ka ajateenistuses käimata noored, kes ei saa enne ajateenistuse läbimist Kõrgemasse Sõjakooli astuda. Kolmandas tulbas on nende kandideerijate arv, kes olid ajateenistuse nõude täitnud ning võisid sisseastumise aastal koolis õpinguid alustada. Neljas tulp näitas konkurssi, kui mitu kandideerijat oli ühele õppekohale KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli.

Aasta	Kandideerijaid	Ajateenistajat ja selle läbinut kandideerijate hulgas	Konkurss ühele kohale
2002	209	146	2,92
2003	140	88	1,76
2004	68	68	1,36
2005	90	75	1,5
2006	43	43	0,86
2007	26	24	0,48
2008	26	26	0,52

Tabel 1. KVÜÕA õppeosakonna vastuvõtu statistika 2008

Ajateenistusse võetavate arv on kuue aastaga vähenenud ainult 208 kutsealuse võrra ehk 6,94%, aga KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli sisseastumiskatsetele tulijate arv on vähenenud

146-lt 26-le ehk 82%. (Vabariigi Valitsuse 31. oktoobri 2000. a määrus nr 348; kaitseministri 11. novembri 2005. a määrus nr 33)

4. UURIMISKÜSIMUSED JA METOODIKA

4.1. Uurimisküsimused

Autoripoolsed uurimisküsimused:

- Milline on Kõrgema Sõjakooli kuvand ajateenijate seas?
- Milliste infokanalite põhjal on ajateenijate hinnangul tekkinud kujutluspilt KVÜÕA Kõrgemast Sõjakoolist?
- Millised hoiakute erinevused on nende vahel, kes soovivad KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli astuda ja nende vahel, kes ei soovi?

Küsitluses on väited ja küsimused jaotatud kolme gruppi, millest esimene hõlmab eelkõige ajateenijate informeeritust ning uurib Kõrgema Sõjakooli tuntust, reputatsiooni ja profiili. Nagu näiteks väited, mis uurivad, kas ajateenijad teavad, millise organisatsiooni juurde kuulub Kõrgem Sõjakool, millisena neile paistab Kõrgem Sõjakool ja kuidas see kool eristub teistest kõrgkoolidest. Teine küsimuste grupp püüab selgitada, millistest allikatest on saadud infot KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kohta ja milliste allikate (meediast, tuttavatelt-sõpradelt, kaitseväge siseteavitustöö vmm) info on olnud ajateenijate hinnangul kõige piisavam. Kolmas küsimuste grupp püüab selgitada, millise päritolu ning varasemate kogemuste ja suhtumisega militaarsete organisatsioonidesse on vastajad, et oleks võimalik teha järeldusi ka varasemate uuringutega võrreldes. Küsimused on paigutatud segamini, et grupiline paigutus ei hakkaks vastajaid mõjutama ja korduvalt, et analüüsides saaks vajadusel hinnata vastajate ausust küsimustiku täitmisel ja selle kaudu ka uurimistöö usaldusväärsust.

4.2 Kasutatud uurimismeetod

Käesolevas töös kasutatakse kvantitatiivset uurimismeetodit, kus andmestik on kogutud küsimustike abil ja kodeeritud numbrite kujule ning tulemused esitatud statistiliste üldistuste

kujul. Küsitluste analüüsimiseks kasutas autor statistilise andmetöötluse paketti SPSS Statistics 17.0. Küsimustikus on 77 erinevat tunnust. Küsimustik on esitatud Lisas 1.

Autor valis sellise meetodi ja küsimustikuvormi, et oleks võimalik koguda infot standardiseeritult, väidete, suletud ja avatud küsimustega ning saada lisaks ajateenijate nägemusele KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kuvandist infot ka ajateenijate muude hoiakute kohta, nende kasutavate infokanalite kohta ja nende endi kohta.

Kasutatakse Likerti skaalat, see on kategoriaalse, mittevõrdleva skaala tüüp, mis määrab ära vastajate nõustumise astme teatud väidetega, mis on seotud mingi hoiaku või imago hindamisega/mõõtmisega.

Andmete kogumine toimus märtsis 2009. aastal. Küsimustikele vastati väeosade auditooriumides gruppide kaupa. Autor külastas väeosasid isiklikult, edastas ja võttis uuritavatelt personaalselt tagasi kõik küsimustikud.

Küsimustikke kätte jagades selgitas autor uurimuse eesmärgi, küsimustike täitmise nõudeid ja vastas talle esitatud küsimustele. Küsimustikud täideti uuritavate poolt kohapeal ja tagastati uurijale.

Ajateenijad hindasid küsitluses esinevaid väiteid vastavalt oma arvamusele. Väiteid tuli hinnata Likerti skaalal, tugevusastmega 1 kuni 5, millest vastaja sai valida endale sobivaima variandi. Skaala oli järgnev: 1 – ei ole kindlasti nõus, 2 – pigem pole nõus, 3 – ei oska öelda, 4 – pigem nõus, 5 – kindlasti nõus. Lisaks sisaldas küsimustik küsimusi informeerituse ja arvamuse kohta. Küsimustiku lõpus oli vastajatel võimalus lisada omapoolne kommentaar vabas vormis selle kohta, mis võiks olla oluline nende seisukohalt, kuid mis ei olnud kajastunud küsimustes.

Küsimustiku efektiivsuse katsetamiseks viis autor läbi pilootküsitluse Lõuna Kaitseringkonnas, Kuperjanovi Üksik-jalaväepataljonis 15. jaanuaril 2009 kolme juhuslikult valitud ajateenija peal. Selle tulemusena viis autor küsimustikku sisse korrektuurid ja muutis küsimusi, et saada märtsis 2009 läbi viidava küsitlusega võimalikult väärtuslik tulemus.

4.3. Valim

Käesoleva töö valimi moodustavad 200 Eesti Kaitseväes maaväe üksustes teenivat ajateenijat. Valim moodustab üldkogumi suurusest 8,0%, usaldusnivool 99% on veaprotsent 4,75 ning see mahub lubatud 5% vea sisse. (Uuringukeskus Klaster valimikalkulaator 2009)

2008. aastal asus ajateenistuskohustust täitma 2499 kutsealust, kelle ajateenistus lõpeb mai-juuni 2009. (Kaitseressursside Amet)

Küsitletud ajateenijad teenivad Eesti kaitseväe maaväeüksustes Kirde Kaitseringkonnas ja Lõuna Kaitseringkonnas. Põhja Kaitseringkond on liiga väheste ajateenijate arvuga (338 ajateenijat) võrreldes valitud Kirde Kaitseringkonna (959) ja Lõuna Kaitseringkonnaga (795 ajateenijat). Lääne Kaitseringkonnas hetkel ajateenijaid ei ole ning ülejäänud ajateenijad on jagatud väiksemaarvulistesse I Jalaväebrigadi toetusüksustesse, Mereväebaasi, eraldi paiknevatesse väiksematesse üksustesse või on asendusteenistuses, kokku 407 ajateenijat. Maaväe üksustes teenivad ajateenijaid on valitud seetõttu, et ka KVÜÕA õpetab viiekümnel õppekohal välja maaväelasi. Koolis on avatud 2008. aasta seisuga ka kümne õppekohaline õhuväe suund, aga Eesti õhuväeüksustes ei ole ajateenijaid. (Kaitseressursside Amet)

Ajateenijad on enamuses vahetult gümnaasiumi lõpetanud või kõrgkoolis õppivad noored inimesed, vanuses 16-27, meessoost, elukohtadega üle Eesti. Ajateenijad on juba kokku puutunud kaitseväe siseteavitustööga ja saavad seda võrrelda enne ajateenistust saadud infoga, lisaks on võimalik võrrelda varasema info vastavust reaalsusele ja selgitada, millised eelarvamused võisid noortel olla. 2009. aasta märtsiks on ajateenijad puutunud kokku kaitseväe siseteavitustööga vähemalt 6 kuud ja osa 8 kuud.

Autor ei kaasanud valimisse praegusi keskkoolinoori või kutsealuseid, kuna:

- siis ei oleks võimalik võrrelda kaitseväe siseteavitustöö tulemusel tekkinud kuvandit ja ühiskonnas levivat kuvandit;
- KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli õppimaasumise eelduseks on läbitud ajateenistus.

5. KÜSITLUSE TULEMUSED

5.1. Küsitlusele vastanute sotsiaaldemograafiline taust

Küsitlusele vastas 200 ajateenijat, kõik vastajad olid meessoost, ükski küsitlus ei jäänud täitmata, esines üksikuid küsimusi, millele ei olnud mõnedes ankeetides vastatud.

Vanuseliselt jagunesid ajateenijad seitsmesse gruppi: 19-aastaseid oli 21 (10,5%), 20-aastaseid 45 (22,5%), 21-aastaseid 77 (38,5%), 22-aastaseid 33 (16,5%), 23-aastaseid 16 (8%), 24-aastaseid 1 (0,5%) ja 25-aastaseid 5 (2,5%) ning 2 ajateenijat ei vastanud sellele küsimusele.

Vanus	Sagedus	Osakaal protsentides
19	21	10,5
20	45	22,5
21	77	38,5
22	33	16,5
23	16	8,0
24	1	0,5
25	5	2,5
Vastanuid	198	99,0
Mittevastanuid	2	1,0
Kokku	200	100,0

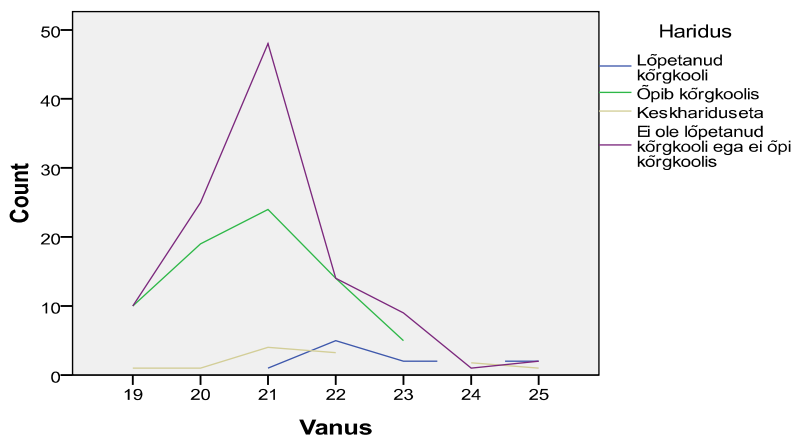
Tabel 2. Valimi jagunemine vanuse järgi

Valimis oli 10 ajateenijat kõrgkooli lõpetanud (5%), 72 õpib kõrgkoolis (36%), 109 ajateenijat ei ole lõpetanud kõrgkooli ega õpi kõrgkoolis (54,5%), 7 ajateenijat on ilma keskhariduseta (3,5%) ning 2 ajateenijat ei vastanud sellele küsimusele(1%).

Haridus	Sagedus	Osakaal protsentides
Lõpetanud kõrgkooli	10	5,0
Õpib kõrgkoolis	72	36,0
Keskhariduseta	7	3,5
Ei ole lõpetanud kõrgkooli ega ei õpi kõrgkoolis	109	54,5
Mittevastanuid	2	1,0
Kokku	200	100,0

Tabel 3. Valimi jagunemine hariduse järgi

Kõige enam on ajateenijaid vanuses, kui võiks õppida kõrg- või kutsekoolis, vanuses 21 ja 20 eluaastat, neile järgnevalt arvuliselt sama vanad kõrgkoolis õppijad.



Joonis 1 . Ajateenijate haridus ja selle omandamine vanuse lõikes

Kõige rohkem oli ajateenijaid pärit Tartumaalt 59 (29,5%), Harjumaalt 40 (20%) ja Lääne-Virumaalt 15 (7,5%).

Elukoht	Sagedus	Osakaal protsentides
Harjumaa	40	20,0
Ida-Virumaa	11	5,5
Jõgevamaa	10	5,0
Järvamaa	8	4,0
Lääne-Virumaa	15	7,5
Läänemaa	6	3,0
Põlvamaa	7	3,5
Pärnumaa	4	2,0
Raplamaa	10	5,0
Saaremaa	1	0,5
Soome Vabariik	1	0,5
Tartumaa	59	29,5
Valgamaa	2	1,0
Viljandimaa	14	7,0
Võrumaa	9	4,5
Mittevastanuid	3	1,5
Kokku	200	100,0

Tabel 4. Valimi jagunemine elukoha järgi

Küsitluses osalevate ajateenijate sotsiaaldemograafilised tunnused sarnanevad Kaitseressursside Ameti registriandmetega.

Ajateenistusse asunute keskmine haridustase on võrreldes aasta varasema perioodiga tõusnud nii keskhariduse (78,8% - kasv 5%) kui ka kõrghariduse (4,6% - kasv 2,9%) omandanud noormeeste osas. Kaitseressursside ameti registri andmetel elavad rohkem kui pooled (53,7%) kutsealused Harju-, Tartu-, ja Ida-Viru maakonnas. (Kaitseministeerium 2009)

5.2. KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kuvand ajateenijate seas

Küsimustiku esimeses osas oli üliõpilastele esitatud 35 väidet, mis hõlmasid nii ajateenistust kui ka riigikaitse erinevaid valdkondi. Väiteid tuli hinnata Likerti skaalal (1 – ei ole kindlasti nõus, 2 – pigem pole nõus, 3 – ei oska öelda, 4 – pigem nõus, 5 – kindlasti nõus). Väiteid analüüsid on autori poolt välja toodud neli näitajat: vastajate arv, aritmeetiline keskmine, standardhälve, mis näitab millises vahemikus hinnangud kõiguvad ja mood, mis näitab kõige enam esinenud hinnangu.

Väide	Vastajaid	Keskmine	Standardhälve	Mood
1. Kõrgem Sõjakool asub Tallinnas	200	1,32	0,826	1
2. Kõrgem Sõjakool kuulub Balti Kaitsekolledži alla	200	2,95	1,189	3
3. Kõrgem Sõjakool on eraldiseisev kõrgkool	198	3,44	1,168	3
4. Eesti Kaitsejõud vajavad Kõrgemat Sõjakooli	200	4,39	0,971	5
5. Riviohvitseriks peaks saama ainult Kõrgemas Sõjakoolis	198	3,17	1,136	3
6. Eesti Kaitseväes on liiga vähe ohvitseri, kes on lõpetanud Kõrgema Sõjakooli	200	3,19	0,988	3
7. Kõrgema Sõjakooli lõpetanud riviohvitser on üksuse ülemana kompetentsem kui mujal kõrgkoolis hariduse saanud ohvitser	200	3,47	1,084	3
8. Kõrgem Sõjakool on nagu iga teine kõrgkool	200	2,57	1,193	2
9. Kõrgemasse Sõjakooli astumine on raskem kui mõnesse teisse kõrgkooli	200	2,62	1,092	3
10. Kõrgemasse Sõjakooli astuvad need, kes kuhugi mujale sisse ei saa	199	1,88	1,006	1
11. Kõrgemasse Sõjakooli astuvad vaesed noored, kellel on stipendiumi ja tasuta elamist kõrgkoolis õppimiseks vaja	200	2,15	1,077	1
12. Kõrgemasse Sõjakooli astuvad ainult need, kellele sõjandus meeldib	200	3,90	0,930	4
13. Kõrgemasse Sõjakooli astuvad need, kes soovivad lihtsalt kõrgharidust	200	2,23	0,878	2
14. Kõrgem Sõjakool on moodne kool kvalifitseeritud õppejõududega	200	3,61	0,849	4

Väide	Vastajaid	Keskmine	Standardhälve	Mood
15. Kõrgemas Sõjakoolis tehakse militaarset "ajupesu"	200	2,53	1,027	3
16. Kõrgem Sõjakool on Eesti Kaitsejõududele ebavajalik	199	1,59	0,964	1
17. Kõrgemas Sõjakoolis ei õpetata midagi sellist, mida ka tsiviilelus vaja läheb	200	2,05	1,011	2
18. Kõrgema Sõjakooli lõpetanu on hea juht ja pedagoog, millest on ka tsiviilelus kasu	200	3,77	0,970	4
19. Mul on piisavalt infot Kõrgema Sõjakooli õppekava kohta	200	2,08	1,056	1
20. Kõrgemas Sõjakoolis pannakse enam rõhku füüsilisele treenitusele kui teadmiste omandamisele	200	2,54	0,862	3
21. Ma ei tea kes minust saab, kui ma lõpetaks Kõrgema Sõjakooli	200	2,52	1,252	2
22. Mul on piisavalt infot sotsiaalsete tagatiste kohta(elamine, riided, toit, arstiabi jms) Kõrgemas Sõjakoolis	200	3,11	1,274	4
23. Eesti Kaitsejõududes valitseb täielik korralagedus	200	2,61	1,115	2
24. Eesti Kaitsejõud ei peaks osalema välismissioonidel	200	2,10	1,167	1
25. Mida rohkem kompetentsemaid ohvitseri tuleb Kõrgemast Sõjakoolist, seda kiiremini arenevad Eesti Kaitsejõud.	200	4,22	0,834	5
26. Peale ajateenistust astun Kõrgemasse Sõjakooli	200	1,85	1,024	1
27. Kõrgem Sõjakool tundub mulle vaenuliku ja külmana, samas kui Tartu Ülikool sõbraliku ja soojana	200	2,51	1,103	3
28. Minu jaoks piisava osa infost Kõrgema Sõjakooli kohta olen saanud juba enne ajateenistust ja ma ei vaja lisainfot	200	2,05	1,120	1
29. Minu suhtumine militaarsetesse organisatsioonidesse oli välja kujunenud juba enne ajateenistust	200	2,79	1,299	2
30. Minu arvates on Kõrgemal Sõjakoolil hea maine kõrgkoolina	200	3,54	0,950	4
31. Elukutseliseks sõjaväelaseks hakkavad ainult need, kes midagi muud ei oska	200	2,05	1,036	2
32. NATO'l on minu silmis hea maine tugeva ja kaitsva organisatsioonina	200	3,63	1,013	4
33. Mina saaksin Kõrgemas Sõjakoolis kindlasti hakkama	200	3,51	1,066	3

Väide	Vastajaid	Keskmine	Standardhälve	Mood
34. Kõrgem Sõjakool ei väärtusta muud haridust kui sõjaline	200	2,45	0,928	2
35. Kõrgemas Sõjakoolis kehtib „dedovšina“ ehk nooremate kadettide terroriseerimine vanemate kadettide poolt, kaaderkoosseisu vaikival nõusolekul.	200	2,29	0,921	3
36. Iseloomustan ennast kui riskialti, julge ja avatuna uuele ja huvitavale.	200	3,62	1,020	4
37. Hindan pikaajalisi väärtusi, rahulikku eluolu ja turvalist töökohta.	200	3,81	1,118	4

Tabel 5. Ajateenijate hinnangud antud väidetele

Küsitletud 200 ajateenijat leidis, et Eesti Kaitsejõud vajavad Kõrgemat Sõjakooli (keskmine 4,39) ja Kõrgemal Sõjakoolil on pigem hea maine kõrgkoolina (keskmine 3,54). Vastajatele on pigem jäänud mulje, et Kõrgem Sõjakool on moodne kool kvalifitseeritud õppejõududega (keskmine 3,61).

Enamik küsitletud ajateenijaid teab, et Kõrgem Sõjakool ei asu Tallinnas (88%) samas ei teata kooli täpset kuuluvust kaitsejõudude süsteemis, arvatakse, et kool on eraldiseisev kõrgkool (45,5% pigem või kindlasti, ei oska öelda 35%, keskmine 3,44) või et kas kool kuulub pigem Balti Kaitsekolledži alla (ei oska öelda 44,5 %).

Teatakse, kas Kõrgem Sõjakool on nagu iga teine kõrgkool (pigem või kindlasti pole nõus 58%) ja ajateenijad pigem ei tea, kas saavad Kõrgemas Sõjakoolis hakkama (ei oska öelda 40,5%).

Küsitletud ajateenijad arvavad pigem, et Kõrgemasse Sõjakooli astuvad ainult need, kellele sõjandus meeldib (keskmine 3,90) ning et Kõrgemasse Sõjakooli ei astuta lihtsalt kõrghariduse pärast. Samas ei arvata, et Kõrgemasse Sõjakooli astuvad need, kes mujale sisse ei saa (keskmine 1,88) ja vaesed noored, kes vajavad tasuta elamist ning stipendiumi kõrgkoolis õppimiseks (keskmine 2,15). Leitakse pigem, et Kõrgemasse Sõjakooli astuvad need, kellele „sõjandus“ meeldib (keskmine 3,90, mood 4).

164 küsitletud ajateenijal tekkinud KVÜÕA Kõrgemast Sõjakoolist kuvand eelkõige kui koolist, mis annab kõrghariduse ja kindla töökoha tulevikuks (82%).

Üle poole vastanutest (57,5%) arvab, et tegemist on ka Eesti sõjandusteaduse nurgakiviga ning 106 ajateenijat arvab, et tegemist on range distsipliiniga erialakooliga (53%). 30% protsenti küsitletud ajateenijaid on kindel, et see on kool, mis neid ei huvita ja kuhu nad kindlasti õppima ei lähe.

	Võimalus saada kõrgharidus ja kindel töökoht tulevikus		Eesti sõjandus-teaduse nurgakivi		Range distsipliiniga erialakool		Koht mis ei huvita ja kuhu kindlasti õppima ei lähe		Tavaline kõrgkool	
	Arv	%	Arv	%	Arv	%	Arv	%	Arv	%
Kindlasti	164	82,0	115	57,5	106	53,0	60	30,0	17	8,5
Ei oska öelda	30	15,0	69	34,5	74	37,0	77	38,5	57	28,5
Kindlasti mitte	5	2,5	10	5,0	19	9,5	62	31,0	122	61,0
Kokku	199	99,5	194	97,0	199	99,5	199	99,5	196	98,0
Mitte-vastanuid	1	0,5	6	3,0	1	0,5	1	0,5	4	2,0

Tabel 6. Ajateenijate hinnangud etteantud väidetele mida võiks tähendada nende jaoks KVÜÕA Kõrgem Sõjakool

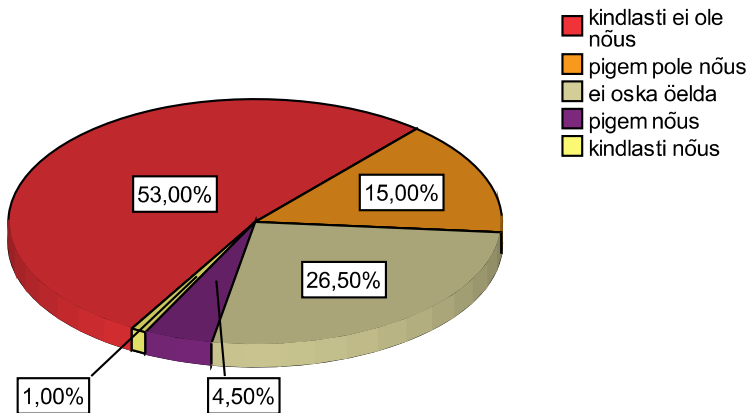
Küsitletud ajateenijad arvavad pigem, et nad pole saanud enne ajateenistust Kõrgema Sõjakooli kohta piisavalt infot (keskmine 2,05, mood 2) ja nad ei tea, mis neist saaks, kui nad lõpetaksid Kõrgema Sõjakooli (mood 2). Keskmine 2,79, moodiga 2, väitele „Minu suhtumine militaarsetesse organisatsioonidesse oli välja kujunenud juba enne ajateenistust” näitab, et suhtumine polnudki enamasti välja kujunenud, samas on NATO-l nende silmis hea maine tugeva ja kaitsva organisatsioonina (keskmine 3,63).

Enamik ajateenijaid iseloomustab ennast riskialti, julge ja avatuna uuele ning huvitavale (keskmine 3,62), samas hinnatakse rahulikku eluolu ja turvalist töökohta (keskmine 3,81).

Väitele „Peale ajateenistust astun Kõrgemasse Sõjakooli” vastasid kõik 200 valimis olnud ajateenijat ning 53% pole kindlasti nõus pärast ajateenistust Kõrgemasse Sõjakooli astuma,

15% pole pigem nõus, 26,5% ei oska öelda, 4,5% on pigem nõus ja ainult 2 ajateenijat on kindlad, et astuvad peale ajateenistust Kõrgemasse Sõjakooli (1%). (Joonis 2)

Peale ajateenistust astun Kõrgemasse Sõjakooli



Joonis 2. Ajateenijate arvamused KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli astumisest

Enamasti ei arvanud vastajad, et Kõrgemasse Sõjakooli astuvad vaesed noored, kellel on kõrgkoolis õppimiseks stipendiumi ja tasuta elamist vaja (keskmine 2,15, mood 1), samuti need, kes kuhugi mujale sisse ei saa (keskmine 1,88).

Üldiselt on KVÜÕA Kõrgemal Sõjakoolil positiivne kuvand nii nende seas, kes plaanivad kooli astuda, kui ka nende seas, kes juba õpivad mõnes kõrgkoolis. Küsimustikus oli 37 tunnust, millega ajateenijad kirjeldasid KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kuvandit. Selgus, et 41,3 % väidetest on küsitletud ajateenijad vastanud enamasti "ei oska öelda". Ülejäänud väidetes sai hinnata NATO, Eesti kaitseväge ja vastajat ennast. NATO ja Eesti kaitsejõudude hinnangud sarnanesid varasemates uuringutes saadud hinnangutega.

5.3. Ajateenijate infokanalid

Käesolevas uurimuses küsitletute seas on ajateenijad kõige enam saanud informatsiooni KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kohta kaitseväe seest - ülematelt, Kõrgema Sõjakooli tutvustustest väeosades, Värbamiskeskustest ning erialameediast (Sõdurileht, Sõdur, Kaitse Kodu). Samuti on saadud infot kaitseväevälistest kanalitest – internetist ja sõpradelt.

	Ülemad		Kõrgema Sõjakooli tutvustus		Internet		Värbamis-keskus		Eriala-meedia		Sõbrad	
	Arv	%	Arv	%	Arv	%	Arv	%	Arv	%	Arv	%
Põhiliselt	84	42,0	65	32,5	64	32,0	54	27,0	51	26	36	18,0
Veidi	89	44,5	68	34,0	79	39,5	76	38,0	110	55	74	37,0
Üldse mitte	22	11,0	61	30,5	53	26,5	64	32,0	34	17	84	42,0
Kokku	195	97,5	194	97,0	196	98,0	194	97,0	195	98	194	97,0
Mitte-vastanuid	5	2,5	6	3,0	4	2,0	6	3,0	5	2,5	6	3,0

Tabel 7. Küsitletud ajateenijate põhilised infokanalid Kõrgema Sõjakooli kohta

Ajalehtedest on 16 vastajat saanud enda põhilise osa infot (8%) ja televisioonist 20 vastajat (10%). Kõige enam pole kooli kohta infot saanud raadiost (83,5 %), kodust (83,5%) ja oma koolist pole infot saanud 164 vastajat (82%).

Põhiline osa KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli infost ilmub kaitseväe siseteavituskanalites, Tabel 8 näitab, kuivõrd olid need infokanalid kättesaadavad noortele enne ajateenistuse algust. Kõige enam on kättesaadavad kaitseväe koduleheküljed (44%) ja kõige vähem kokkupuuteid on kaitseväe esindajaga (9%). Ajakiri Kaitse Kodu ilmub ka pdf formaadis Kaitseliidu koduleheküljel aga tõenäoliselt on seda liiga raske leida või seda lihtsalt ei teata, kuna selle tarbimise protsent on tunduvalt väiksem (13%). Siseteavituskanaleid saavad väljaspool kaitsejõudude asutuste töötajaid ja ajateenijaid tarbida ainult vabatahtlikud kaitseliitlased, keda käesoleva uurimuse valimis oli 18 (9%).

	Kodulehe- külg		“Sõduri- leht”		“Kaitse Kodu”		Infomess		“Sõdur”		KV esindaja	
	Arv	%	Arv	%	Arv	%	Arv	%	Arv	%	Arv	%
Põhiliselt	88	44	30	15,0	26	13,0	24	12,0	22	11	18	9,0
Veidi	56	28	30	15,0	35	17,5	55	27,5	38	19	43	21,5
Üldse mitte	46	23	137	68,5	129	64,5	115	57,5	136	68	132	66,0
Kokku	190	95	197	98,5	190	95,0	194	97,0	196	98	193	96,5
Mitte- vastanuid	10	5,0	3	1,5	10	5,0	6	3,0	4	2,0	7	3,5

Tabel 8. Kaitseväge siseteavituskanalite kättesaadavus enne ajateenistust küsitletutele

Ajateenijate hinnangul on kättesaadav info Kõrgema Sõjakooli kohta kõige puudulikum õppekava sisu kohta (64,5%) ja teiseks igapäevast eluolu ja vaba aega puudutav info. 105 ajateenijat leiab, et kindlasti on info puudulik Kõrgemast Sõjakoolist saadava hariduse väärtuse kohta teiste tööandjate silmis. 41% vastanutest leiab, et info sotsiaalsete tagatiste kohta on kindlasti puudulik.

	Õppekava sisu info		Igapäevase eluolu ja vaba aja info		Hariduse väärtus teiste tööandjate silmis		Karjääri- võimaluste info		Sotsiaalsete tagatiste info	
	Arv	%	Arv	%	Arv	%	Arv	%	Arv	%
Kindlasti	129	64,5	106	53,0	105	52,5	90	45,0	82	41,0
Ei oska öelda	61	30,5	68	34,0	78	39,0	60	30,0	61	30,5
Kindlasti mitte	8	4,0	24	12,0	16	8,0	47	23,5	56	28,0
Kokku	198	99,0	198	99,0	199	99,5	197	98,5	199	99,5
Mitte- vastanuid	2	1,0	2	1,0	1	0,5	3	1,5	1	0,5

Tabel 9. Küsitletud ajateenijate arvates kättesaadava info sisu puudulikkus

Autor uuris ka kuidas peaks ajateenijate arvates kooli tutvustama. Eelkõige leiti, et kooli peaksid tutvustama KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kadetid (81%) ja kooli esindaja (80,5%). 124 ajateenijat arvab, et kindlasti tasub KVÜÕA Kõrgemat Sõjakooli reklaamida lühifilmide seeriaga koolielust (62%). Küsimusele, kas Kõrgem Sõjakool ei peaks end reklaamima rohkem kui praegu, vastas „kindlasti mitte” 109 ajateenijat (54,5%) ja 7,5% arvas, et Kõrgem Sõjakool ei peaks end rohkem reklaamima kui praegu.

5.4. Hinnanguid KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli kooli astuda soovijate hulgas

Hinnanguid KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli kooli astuda soovijate hulgas on alljärgnevatel tabelitel toodud autori poolt ankeedist osale väljavalitud väidetest (Tabelid 10-12), mis annavad kõige värvikamaid hinnangud kooli kuvandi ja võimalike sisseastujate vahel.

Nende hulgas, kes ei kavatse KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli astuda, jagunevad vastused enamasti positiivsete hinnangute ja vastuse „ei oska öelda” vahel. Kindlalt negatiivseid arvamusi on väidetele maksimaalselt 4%, kõige vähem vastasid väidetele „ei oska öelda” need, kes kindlasti või pigem astuvad tulevikus Kõrgemasse Sõjakooli ning nende hulgas olid ka hinnangud väidetele kõige positiivsemad.

Rohkem on andnud positiivseid väiteid hinnangutele, kas koolil on hea maine, pigem nõus ja kindlasti nõus, 109 ajateenijat. Neist 62 ei astu kindlasti või pigem ei astu KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli. Samas ei oska mainet hinnata 66 ajateenijat, kellest kindlasti või pigem ei astu Sõjakooli 50 ajateenijat. Siin tuleb ilmekalt esile seos kooli astumise kavatsuse ja kooli maine teadvustamise vahel. Ka ei teata kooli mittesisseastujate hulgas, kas kool on moodne ja kvalifitseeritud õppejõududega (76 ajateenijat). Need, kes kindlasti või pigem tahavad kooli astuda, teavad seda pigem või kindlasti (7). Väite kohta, kas Kõrgem Sõjakool tundub ajateenijatele vaenuliku ja külmana, samas kui Tartu Ülikool sõbraliku ja soojana, ei arvanud pooled vastajatest, et kool neile vaenuliku ja külmana tundub (99 ajateenijat), kindlasti või pigem tundus 33 ajateenijale ja 68 ajateenijat andsid vastuse „ei oska öelda”. Samas vastas 3 ajateenijat 9-st, kes soovisid kindlasti või pigem Kõrgemasse Sõjakooli astuda, sellele väitele „ei oska öelda” ja „pigem nõus.” (Tabelid 10-12)

		Pigem või kindlasti ei ole nõus	Ei oska öelda	Pigem või kindlasti nõus
Peale ajateenistust astun Kõrgemasse Sõjakooli	Pigem või kindlasti ei ole nõus	24	50	63
	ei oska öelda	1	15	37
	Pigem või kindlasti nõus	0	1	10
Kokku		25	66	109

Tabel 10. Hinnangud väitele „Minu arvates on Kõrgemal Sõjakoolil hea maine kõrgkoolina”

		Pigem või kindlasti pole nõus	Ei oska öelda	Pigem või kindlasti nõus
Peale ajateenistust astun Kõrgemasse Sõjakooli	Pigem või kindlasti ei ole nõus	11	61	64
	ei oska öelda	2	15	36
	Pigem või kindlasti nõus	0	2	9
Kokku		13	78	109

Tabel 11. Hinnangud väitele „Kõrgem Sõjakool on moodne kool kvalifitseeritud õppejõududega”

		Pigem või kindlasti ei ole nõus	Ei oska öelda	Pigem või kindlasti nõus
Peale ajateenistust astun Kõrgemasse Sõjakooli	Pigem või kindlasti ei ole nõus	62	48	26
	ei oska öelda	29	18	6
	Pigem või kindlasti nõus	8	2	1
Kokku		99	68	37

Tabel 12. Hinnangud väitele „Kõrgem Sõjakool tundub mulle vaenuliku ja külmana, samas kui Tartu Ülikool sõbraliku ja soojana”

5.5. Järeldused

KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli vastuvõtustatistika näitab pidevat langevat trendi alates 2002. aastast ning on võimalik, et kooli kuvand on üheks põhjuseks miks kooli õppima soovijate arv on aina langenud.

5.5.1. Kõrgema Sõjakooli kuvand ajateenijate seas

Milline on Kõrgema Sõjakooli kuvand ajateenijate seas?

164 küsitletud ajateenijal tekkinud KVÜÕA Kõrgemast Sõjakoolist kuvand eelkõige kui koolist, mis annab kõrghariduse ja kindla töökoha tulevikuks (82%). Kooli seostatakse tõenäoliselt stabiilse riigiametiga, kuhu kooli lõpetajad suunduvad. Kujutluspildid Eesti kaitsejõududest ja KVÜÕA Kõrgemast Sõjakoolist on omavahel seotud ja sarnased.

Küsitletud ajateenijatel on olemas positiivne suhtumine kooli, mida näitavad pigem positiivsed hinnangud, samas puudub selge teadmine, mis on sõjakool, kus see asub, mida ja kuidas seal õpetatakse. Küsitletud ajateenijad andsid palju vastuseid „ei oska öelda” konkreetsematele küsimustele kooli kohta, mis annab tunnistust sellest, et kooli tähenduste väli on nende jaoks puudulik.

37st kuvandi kohta käivast väitest on 41,3% väidetele vastatud enamasti ei oska öelda (mood 3 on 12 väitel), ülejäänud hinnangud on enamasti pigem nõus või pigem ei ole nõus, kokku üheteistkümnele väitele. Kaheteistkümnele väitele on vastatud enamasti kindlasti ei ole nõus või kindlasti nõus. Eelkõige ei osata hinnata koolis toimuvat või mõnda konkreetset väidet kooli kohta, osatakse hinnata väiteid, mis on seostatud kaitsevägega, kaitsevaelase ametiga või koolis õppija isikuomadustega.

Küsitletud ajateenijad peavad KVÜÕA Kõrgemat Sõjakooli üldiselt hea mainega (keskmine 3,54) kõrgkooliks kuhu ei astuta sotsiaalsetel põhjustel ega ka selle pärast, et mujale koolidesse sisse ei saada. Leitakse, et kool on Eesti kaitsevägele vajalik ja vastajatele on pigem jäänud mulje, et Kõrgem Sõjakool on moodne kool kvalifitseeritud õppejõududega

(keskmine 3,61). Ajateenijad arvavad, et Eesti kaitsejõud vajavad KVÜÕA Kõrgemat Sõjakooli (keskmine 4,39).

Küsitletud arvavad, et info on suurele osale sihtgrupist puudulik õppekavade (64,5% kindlasti), igapäevase eluolu (53% kindlasti) jms kohta, mis annaks tegeliku pildi, kui kaasaegne on kool.

Ka hinnangud väidetele näitavad seda - Kõrgemasse Sõjakooli astumine on raskem kui mõnda teise kõrgkooli (mood 3), Kõrgemas Sõjakoolis tehakse militaarset "ajupeesu" (38% ei oska öelda, mood 3), Kõrgemas Sõjakoolis pannakse rohkem rõhku füüsilisele treenitusele kui teadmiste omandamisele (46,5% ei oska öelda, mood 3).

Praegusel hetkel sarnaneb KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kuvand pigem Eesti kaitsejõudude ja sõjanduse valdkonna kuvandile. Küsitluse tulemustes on arvamused sarnased Eesti kaitsejõudude ja KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli maine või vajalikkusse kohta esitatud väidete puhul. 14 üksiktunnuse tulemust käesoleva töö küsimustikus kirjeldavas tabelis on sarnased varasemate uuringute tulemustega. Marko Landi magistritöös (Land 2008) esitatud tulemused aastal 2008 sarnanevad käesolevas töös esitatud küsitluse tulemustega, ainult keskmiselt 4% vastanutest suhtub kaitsejõududesse või KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli seonduvasse negatiivselt. Kõige rohkem on vastanute hulgas erapooletult ja positiivselt suhtujaid, käesolevas töös on kõige rohkem positiivselt ja siis erapooletult suhtujaid. Näiteks sarnaneb Landi töös esitatud küsimuse pooldav vastus „Eesti vajab oma kaitsejõude” - 89,4% (keskmine 4,4) käesolevas töös esitatud küsimuse pooldava vastusega „Eesti kaitsejõud vajavad Sõjakooli” - 85% (keskmine 4,39). Hoiakute sarnasust kinnitab käesolevas küsimustikus kasutatud kontrollküsimus, mis oli ka Landi töös : „Eesti kaitsejõududes valitseb täielik korralagedus” - Landi töös keskmine 2,4, siinses töös keskmine 2,6. Kujutluspildid Eesti kaitsejõududest ja KVÜÕA Kõrgemast Sõjakoolist on seega omavahel seotud ja sarnased.

Autor leiab, et küsitletud ajateenijatel on ettekujutus KVÜÕA Kõrgemast Sõjakoolist kui Eesti riigi kaitsejõudude ühest ametkonnast. Kõige olulisem tulemuseks peab autor küsitluse vastuste põhjal, et selge kooli kuvand küsitletute hulgas puudub.

5.5.2. Kanalid, mida arvatakse olevat olulised KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kuvandi tekkimisel

Milliste infokanalite põhjal on ajateenijate hinnangul tekkinud kujutluspilt KVÜÕA Kõrgemast Sõjakoolist?

Enne ajateenistust ei kasutanud käesoleva küsitluse sihtgrupp infokanaleid, mida KVÜÕA kasutab Kõrgem Sõjakooli kuvandi loomiseks. Infot KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kohta saab enamasti kaitseväe siseteavituskanalitest, mida tavalevis ei ole. Avalikus infoväljas pole enamasti infot KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kohta.

Küsitletud ajateenijatele on KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kohta andnud põhilise hulga infot kaitseväe siseteavituskanalid, millele on tekib neil ligipääs alles ajateenistuses. Kõige enam on saadud informatsiooni KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kohta kaitseväe seest - ülematelt, Kõrgema Sõjakooli tutvustustest väeosades, Värbamiskeskustest ning erialameediast (Sõdurileht, Sõdur, Kaitse Kodu). Samuti on saadud infot kaitseväevälistest kanalitest – internetist ja sõpradelt ja vähesel määral tavameediast.

Käesolev uuring näitas, et kooli kuvandi tekkimisel on suurim roll ajateenijate ülematel väeosades, kust ajateenijad saavad info kooli kohta (42%), formaalsete allikate tähtsus on mõnevõrra väiksem, näiteks KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli esindajal (35%) ja kaitseväe kodulehekülgedel internetis (32%). Ajateenijate vahetud ülemad väeosades ongi enamjaolt KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli vilistlased, kes tõenäoliselt kujundavad ka oma olemuse ja tegevusega kujutluspilti koolist, mille nad on lõpetanud.

Analüüsides vastuseid informeerituse ja erinevate kanalite kasutamise kohta saab ajateenijate hinnangute põhjal väita, et KVÜÕA Kõrgem Sõjakool tegeleb lühiajalise, James E. Grunigi poolt nimetatud artistliku ehk instrumentaalse kuvandi loomisega ajateenijatele väeosades, et meelitada noori kooli õppima kohe pärast ajateenistust. Kaitseväe siseteavituskanalite kaudu luuakse vahetu- ja sümbolkommunikatsiooni mõjul KVÜÕA visuaalne ja avalikkusele esitletav kuvand ajateenijate kujutlusse (*image projection*), millega loodetakse tekitada sihtgrupis positiivne käitumine ehk kooli astumine. Teooriale tuginedes aga väidan, et niimoodi tekib lühiajaline imago, mis ei mõjuta kuigivõrd nii olulist otsust nagu

elukutsevalik. Sõltumata kooli plaanitud kommunikatsioonist toimivad kõige paremate mainekujundajatena kooli vilistlased – noorte otsesed ülemused.

5.5.3. Hoiakute erinevused nende vahel, kes soovivad või ei soovi KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli astuda

Millised hoiakute erinevused on nende vahel, kes soovivad KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli astuda ja nende vahel, kes ei soovi?

Hoolimata sellest, et enamusel küsitletutest ajateenijatest puudub valmisolek sõjakooli astumiseks, on kooli kuvand nende hulgas pigem positiivne. Enamasti ei oska vähemalt neljandik vastanutest hinnata etteantud väiteid, pooled vastanutest hindab kooli üldiselt positiivselt, aga konkreetsetele küsimustele enamus vastata ei oska. Negatiivsemad vastused joonistusid selgelt välja nende hulgas, kes ei plaani peale ajateenistust KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli astuda. Koolil on parem maine nende hulgas, kes kavatsevad KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli astuda, samas nõustub kolmandik vastajatest, kes sõjakooli astuda ei kavatse, et kool on moodne ja kvalifitseeritud õppejõududega ning et Eesti Kaitsejõud vajavad KVÜÕA Kõrgemat Sõjakooli.

Nagu tunnistas ka enamik vastajaid, on info kooli õppekavade kohta puudulik, seega nad ei tea, mida koolis õpitakse. On küllaltki loogiline, et inimene kes ei tea, mida koolis õpetatakse, ei soovi kooli astuda. Näeme, et need, kes on enda hinnangul KVÜÕA Kõrgemast Sõjakoolist hästi informeeritud, suhtuvad kooli igati positiivselt ja soovivad astuda kooli, aga neid on valimis ka kõige vähem. Need, kes kindlasti või pigem sõjakooli ei astu, ei pea informeeritust piisavaks, arvatavasti mõjutab olemasolev vähese infoväljaga tekkinud kuvand ajateenijate kooli astumist.

5.6. Diskussioon

Organisatsiooni positiivne kuvand ja informeeritus on omavahel seotud. Nagu näitas uuring NATO kohta Eestis, et nii NATO-ga liitumise poolt kui vastu olevatest inimestest on kõige enam neid, kes arvavad, et nad on NATO-ga liitumise protsessist pigem halvasti kui hästi informeeritud.

KVÜÕA Kõrgem Sõjakool peaks küsitatud ajateenijate arvates ennast rohkem reklaamima ja kuna kaitseväge siseteavituskanalid on tsiviilisikutele enamasti kättesaamatud, siis tuleks sihtgrupi tabamiseks kasutada läbimõeldud kommunikatsioonisüsteemi, sealhulgas ka näiteks rahvusringhäälingut või kommertsmeediat mõistlikus mahus. Autori arvates vajab KVÜÕA Kõrgem Sõjakool kahepoolset tasakaalustatud kommunikatsioonistrateegiat.

KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli infole oleksid eriti vastuvõtlikud hilises teismeliseas (17-19 a) noorukid, kui neil seisavad ees mitmesugused sotsiaalsed ülesanded, mille hulka kuuluvad ka tulevikuplaanide tegemine ja elukutsevalik. Seega on KVÜÕA jaoks oluline alustada kahepoolset kommunikatsiooni sihtgrupiga juba enne nendepoolset haridusplaanide tegemist, et noortel oleks otsustamise hetkeks infot KVÜÕA Kõrgemast Sõjakoolist ja sõjaväelise hariduse võimalustest.

15-19-aastaste eesti noorte meediakasutus küsimustikus *Mina.Maailm.Meedia* toob välja, et sellest vanusegrupist loeb 71% üle-eestilisi päevalehti, 53% nädalalehti ja 61% kohalikke lehti. Ajakirju loeb 69% ning Eesti telekanaleid tarbib 98% vastanutest. (Vihalemm, Lõhmus, Jakobson 2004)

Hoolimata sellest, et suurem osa sellest vanusegrupist loeb üle-eestilisi päevalehti jne, kasutavad noored enne ajateenistust oluliselt rohkem mitteformaalseid kanaleid kui formaalseid. Üldiselt saadakse militaarsete organisatsioonide kohta informatsiooni perekonnast ja sõpradelt, üleriigilistest lehtedest ja televisioonist.

Uuring „Arvamused kaitseväest enne ja pärast ajateenistust 2007. a“ tõi välja, et peamiseks infokanaliks, millest ajateenistuse kohta informatsiooni saadakse, on perekond ja sõbrad. Neilt ammutab informatsiooni kindlasti 59% ja mõningal määral 32% küsitletutest. Kõige olulisemaks infokanaliks peab lähimat suhtlusringkonda 47% küsitletutest. (Kaitseressursside Amet ja Rahvusvaheline Kaitseuuringute Keskus 2008) Käesolev uurimus näitab, et perekonnal ja sõpradel pole infot KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kohta anda, ning infot ei ole ka tavameedias.

Seega peaks arvestama kõikide sihtgruppidega, kes on võimelised kooli kuvandit noorte hulgas tekitama, nagu perekond ja sõbrad. Sihtgrupid tuleks kaasata neid puudutavate küsimuste lahendamisse, et tekiks kahepoolne kommunikatsioon. Kiire efekti ja lühemaajaliste eesmärkide saavutamiseks soovib autor jätkata küll keskendumist kõige olulisematele sihtgruppidele – võimalikele sisseastujatele, aga kommunikatsioonistrateegias peaksid olema ka pikemaajalised eesmärgid koos teiste sihtgruppidega.

KVÜÕA Kõrgemasse Sõjakooli astumise otsus on mõjutatud sotsiaalsest mõtlemisest, sotsiaalsest mõjust ja sotsiaalsetest suhetest. KVÜÕA ei suuda kaitseväge siseteavituskanalitega noori informeerida ega luua infovälja, kus toimuks vastastikune mõjutamine enne pealesurutud keskkonda. Surve kohandamine, veenmine ja mõjutamine toimuvad ajateenistuses, mis annavad lühiajalise efekti ning ei loo pikaajalist kogemust või reputatiivset ja stabiilset kuvandit. Õppimisvõimaluste valiku tegemise hetkel aga oleneb, mida noor inimene teab KVÜÕA Kõrgemast Sõjakoolist lisaks sõjalisele valdkonnale.

Tänu tehnoloogia arengule ja globaliseerumisele on konkurents kõrgharidusturul olulisel määral kasvanud. Enam ei konkureerita ideede, vaid üliõpilaste, õppejõudude, ressursside ja reputatsiooni pärast. Hoidmaks aga õppe- ja teadustööd kõrgel tasemel, on ääretult oluline parimate gümnaasiumilõpetajate meelitamine ülikooli, kes tagaksid ka ülikooli jätkusuutlikkuse. (Liblik 2004)

Seega peaks KVÜÕA Kõrgem Sõjakool kindlasti pidama sammu ja pakkuma eeliseid teiste, sarnast erialaõpet pakkuvate konkureerivate kutse- ja kõrgkoolide ees, mis teeks kooli kuvandi konkurentsivõimelisemaks ning võimaldaks omakorda tõsta kooli sisseastujate arvu.

Avaliku organisatsiooni eesmärgiks on täita oma missiooni või rolli ja selleks on vaja avalikkuse toetust. Avalikkuse toetus ei sõltu soovitud imagost, vaid sellest, missugune kuvand on organisatsioonil avalikkuse erinevates gruppides. Kui hoiak Kõrgemasse Sõjakooli on negatiivne, kooli kuvand ehk tähenduste väli ei anna koolist selget ja eristuvat pilti või kuvandi on kujundanud kaitsejõudude kuvand, siis peab kool arvestama, et see kuvand mõjutab otseselt sihtgruppide sotsiaalset käitumist kooli suhtes.

KVÜÕA peab ise hoolitsema oma kuvandi eest, seda ei saa teha riik ega Eesti kaitsejõud tsentraliseeritult. Riigi maine või kaitsejõudude kuvand sõltub palju siseriiklikutest poliitilistest otsustest, muutuvatest õigusaktidest ning ministeeriumide tegevusest, mis väljendab suurel määral koalitsiooni tahet ja võib olla muutuv.

5.7. Soovitused

Traditsioonidele, väärtustele ja haridusele suunatud kuvand toetub psüühikas juba kinnistunud jälgedele ja see on konstruktsioon, mille taga on kellegi tahe – seda ei tohi tähelepanuta jätta.

Imago kommunikatsioonis on organisatsioonide üks vigu, et väga vähe on öelda ja väga paljud inimesed ütlevad seda paljudel erinevatel viisidel. Viga on üldse mitte pöörata tähelepanu oma imagole, sest avalik imago kujuneb ka siis, kui me ise teadlikult sellele kaasa ei aita. (Past 2007)

Kooli kommunikatsioonistrateegia üldine eesmärk peaks olema luua tähenduste väli kooli sotsiaalse sidususe tugevdamiseks ühiskonnas. Sidususe võiks saavutada sotsiaalsete suhete, sidemete ja suhtlemise tugevdamise teel. Sotsiaalsete suhete loomine peaks kummutama eelarvamused või looma keskkonna, kus neid ei tekiks, selgitama esmapilgul küllaltki agressiivset militaarset keskkonda, suurendama kooli ja hariduse meeldivust ning näitama üles altruismi sihtgrupiga suheldes. Eesmärk on tekitada kahepoolne infoväli kus edastatakse infot ja saadakse tagasisidet. Läbi selle saab luua suhted kooli ja ühiskonna vahel ja dialoogiprotsessina kujunekski välja KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli positiivne kuvand.

Kommunikatsioonistrateegias on vaja välja tuua rohkem sihtgruppe kui ainult ajateenijad. Vastavalt kommunikatsiooni lühiajalistele ning pikaajalistele eesmärkidele tuleb kaardistada erinevate sihtgruppide kõige kasutatavamad infokanalid. Keskendumine vaid siseväljaannetele, millele avalikkusel puudub juurdepääs, on vale taktika. Erinevaid sihtgruppe on palju, kelle hulgast valida: põhikoolinoored, keskkoolinoored, ajateenijad, erinevad sotsiaalsed grupid, vanemad inimesed, teised koolid, riigiasutused ja väeosad, Tartu linna

elanikud, välismaalased jne. Sihtrühmade puhul peaks olema määratud suhtlusvaldkonnad ja kanalid, et leitaks sihtgrupp üles, edastataks teda huvitavat infot ja saadaks tagasiside.

Selline tegevus nõuab rahalisi vahendeid ja inimressurssi ning KVÜÕA peaks leidma kesktee, kuidas saavutada maksimaalne soovitud tulemus vähimate võimalike vahenditega. On arusaadav, et 50-60 õppekoha täitmiseks ei saa kasutada ressursse mille maht ei ole kooskõlas saavutatavate eesmärkidega. Samas ei tohiks autori arvates KVÜÕA tegeleda ainult õppekohtade täitmisega, sest kõik legaalsed organisatsioonid vajavad oma eesmärkide saavutamiseks ja missiooni täitmiseks avalikkuse toetust.

Kasutades planeeritud mõistlikus mahus efektiivseid kanaleid ja luues kahepoolseid suhteid valitud sihtgruppidega, saab KVÜÕA luua sellise tähenduste välja, kus toimuks vastastikune positiivne mõjutamine kooli ja sihtgruppide vahel ning sellega lühiajaliste eesmärkide täitmiseks kulunud ressursse vähendada. Kahepoolse kommunikatsiooni strateegia loomiseks peab KVÜÕA tegelema situatsiooni analüüsiga, uurima sihtgruppe, kasutama varasemaid uuringuid, tutvuma teiste sarnaste organisatsioonide kommunikatsioonistrateegiatega. Hetkel mõjutab KVÜÕA kuvandit ennekõike tegevusvaldkonna kuvand, tagades hoiakulise toetuse stiilis „me vajame iseseisva riigina oma kaitseväge ja oma sõjandusspetsialiste”. Selge ja positiivse kuvandiga tagab KVÜÕA toetava käitumise ehk parimate õppurite astumise kõrgemasse sõjakooli. Kuvandi loomisel tuleb alustada kahepoolse tasakaalustatud kommunikatsioonistrateegia loomisega, mitte loota, et kitsas siseringis levivad infokanalid mõjutavad kooli avaliku imago teket.

KOKKUVÕTE

Toetudes varem läbi viidud uuringute ja antud töö käigus läbiviidud küsitluse tulemustele väidab autor, et Eesti Kaitseväge ajateenijatel puudub selge ettekujutus Kõrgemast Sõjakoolist ja olemasoleva kooli kuvandi tekkimisel on olnud suurim mõju hoiakutel militaarsetesse organisatsioonidesse ja kaitseväge sisekommunikatsioonikanalitel.

Käesolevas töös kasutatakse kvantitatiivset uurimismeetodit, kus andmestik on kogutud küsimustiku abil, milles on 77 tunnust ja kodeeritud numbrite kujul Likerti skaalal ning tulemused esitatud statistiliste üldistuste kujul, mis on seotud hoiaku või imago hindamisega/mõõtmisega. Autor küsitles 2009. aasta märtsis 200 Eesti kaitseväge ajateenijat.

Küsitluse tulemusel võib öelda, et KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kuvand ajateenijate seas on pigem positiivne kui negatiivne ja see on tekkinud vähesel info põhjal. KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kuvand ajateenijate seas sarnaneb Eesti kaitsejõudude ja sõjanduse valdkonna kuvandile. Küsitluste tulemusel leidis tõestust autori seisukoht, et KVÜÕA Kõrgem Sõjakool ei ole kujundanud selget arusaama ja kuvandit militaarharidusest ja koolist tervikuna, et tugevdada sotsiaalset sidusust Kõrgema Sõjakooli ja ühiskonna vahel, kellel puudub ligipääs kaitseväge siseteavituskanalitele. Kool on siiani kasutamata jätanud sihtgruppide poolt kõige rohkem tarbitavad infokanalid.

Kooli kuvandi tähenduste väli ei ole küsitletavate hinnangul ammendav ja seetõttu sõltub kooli kuvand praegu eelkõige Eesti kaitsejõudude kuvandist ning koos hoiakutega kaitsejõududesse muutub tõenäoliselt ka kooli kuvand ühiskonnas ning seda protsessi ei suudaks kool n-ö kontrollida.

Kuna KVÜÕA Kõrgem Sõjakool ei ole otseselt seotud iga riigikogu uue koosseisu poliitilise tahte, erakondade valimislubadustega või mõne sõjalise välismissiooni ebaõnnestumisega, ei tohiks kool olla valdkonna kuvandist sõltuv ja peaks omama selget ja positiivset kuvandit, et olla edukas kõrgharidusturul.

Käesolevat tööd ja selles käsitletud teemat saab edasi arendada. Võimalik on analüüsida KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli sisemist kuvandit, et teada saada kooli töötajate ja koolis õppijate käitumise normid, eeskujud ja kehtivad põhiväärtused ja siduda saadud tulemused sihtgruppide uuringutega.

SUMMARY

Based primarily on earlier studies and results of questionnaires, the author hypothesizes that conscripts to the Estonian Defence Forces have no clear idea about the Estonian National Defence College (ENDC=KVÜÕA Kõrgem Sõjakool) of the Military Educational Establishments and the strongest influence on building up their existing image about the ENDC was exerted by attitudes to military organizations in general and internal communication channels of the Defence Forces.

In this thesis the quantitative research method is applied for which the data was gathered and analyzed by means of questionnaires containing 77 items, coded in numbers on the Likert Scale, and the results are given in the form of statistical generalizations, related to the assessment/measurement of an attitude or image. The author of the thesis questioned 200 conscripts to the Estonian Defence Forces in March 2009.

The responses to the questionnaires testify that the image of the ENDC among conscripts is positive rather than negative and is based on little information. The image of the ENDC among the conscripts questioned is similar to the images of the Estonian Defence Forces and other military domains. Outcome of the questionnaires corroborated the author's hypothesis that the ENDC has not communicated a clear idea and attractive image about military education and the College, on the whole, to consolidate social involvement between the ENDC and society. The latter has no access to internal information channels of the Defence Forces. To date, the College has not taken advantage of the information channels which are mostly used by its target groups.

Semantic fields of the image of the College are not exhausted and the image of the ENDC as an institution of applied higher education, first of all, depends on that of the Estonian Defence Forces – however, depending on varying attitudes to the Defence Forces, the image of the ENDC also changes and the College would probably not be able to check the process.

Since, in the long term, the Estonian National Defence College is not directly related to the political will of every newly elected *Riigikogu*, parties' election pledges or failure in some foreign mission, the College should not depend on the image of any political domain but should work out a clear and positive image of its own to gain success in the current higher education landscape.

Further research on the topic should work out and introduce specific ways to show the College more attractive and independent. One way of doing it comprises more extensive research on the internal image of the Estonian National Defence College of the Military Educational Establishments, involving an analysis of behavioural norms and patterns, and established values of both the personnel and cadets to find common ground between them and target groups.

KIRJANDUS

Aruanne riigikaitsest osavõtu kohustuse ja kaitseväeteenistuskohustuse täitmise kohta riigis 2008. aastal (2009) <http://www.kmin.ee/static/sisu/files/Aruanne2008.pdf>

Arulepp, K. (2003). Bakalaureusetöö „Balti Kaitsekolledži imago õppejõudude ja kursuslaste seas”. Tartu: Tartu Ülikool.

Arvamused kaitseväest enne ja pärast ajateenistust (2007) Kaitseressursside Amet Rahvusvaheline Kaitseuuringute Keskus. Uuring. Tallinn.

Bachmann, T. (2005). Reklaamipsühholoogia. Tallinn: Kirjastus Ilo

Bachmann, T., Maruste, R. (2001). Psühholoogia alused. Tallinn: Kirjastus Ilo

Beach, L.R. (1990). Image theory: Decision making in personal and organizational contexts. New York: Wiley.

Eesti kaitseväge koduleheküljelt www.mil.ee . Pressiteade, 23. aprill 2001.

Eesti Päevaleht, www.epl.ee

Gerow, J. R., Brother, T., Newell, J. D. (1989). Fundamentals of Psychology. London, Glenview: Scott, Foresman and Company.

Kaitseminister, 11. november 2005. a, määrus nr 33.

Kaitseväge korralduse seadus, RT, 23.07.2008, 35, 213. Tallinn: Riigi Teataja.

Kaitseväeteenistuse seadus, RT I 2000, 28, 167. Tallinn: Riigi Teataja.

KVÜÖA põhimäärus, RT I 2004, 7, 43; § 2 lg 1. Tallinn: Riigi Teataja.

Kenkmann, P., Saarniit, J. (2005). Põlvkonnad muutuvast ajast. Tartu: TÜ Kirjastus.

Kolga, M.(2007). Eesti Päevaleht. Artikkel Sõjaline haridus – kas kaitseüsteemi vaeslaps? Balti Kaitsekolledži teadur, kõrgema juhtimiskursuse organiseerija. www.epl.ee/artikkel/390765 - 135k

Kokkuvõtted põhikursuste sisseastumiskatsetest 2002 kuni 2008. Tartu: Kaitseväge Ühendatud Õppeasutuste õppeosakond.

Land, M. (2008). Üliõpilaste suhtumine Kaitsejõududesse. Magistritöö. Tartu: KVÜÕA Kõrgem Sõjakool.

Liblik, A. (2004). Tasakaalus tulemuskaart avaliku sektori institutsiooni juhtimissüsteemis Tartu Ülikooli näitel. Tartu: Tartu Ülikool.

Longman, D.R. (1961) Foundations of consumer buying behavior. In C.Sandage(Ed.), The promise of advertising. Homewood: Irwin, pp.108-124.

Linn, E. (2005). NATO imago Eesti elanike silmis enne ja pärast alliansiga liitumist võrdluses Euroopa Liidu imagoga. Tartu: Tartu Ülikool.

Past, A. (1999). Suhtekorralduse olemus. Sissejuhatav kursus, Kompendium. Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooniosakond.

Past, A.(2007). Mainekujundus ettevõtluses ja poliitikas. Äripäeva kirjastus.

Past, A., Vihalemm, P. Euroopa Liidu imago Eestis enne ja pärast euroreferendumit.Eesti elavik 21.sajandi algul: ülevaade uurimuse *Mina.Maailm.Meedia* tulemustest. Tartu: Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.

Postimees, www.postimees.ee

Rogers, S. (2003). Social Psychology. Experimental and Critical Approaches. Philadelphia: Open University Press.

Seitel, F.P. (2001). The Practice of Public Relations. New Jersey: Prentice Hall.

Sõjaväelise juhtimise rakenduskõrghariduse õppe õppekava reg nr 80045.

Uuringukeskus Klaster valimikalkulaator (2009). <http://www.klaster.ee/kalk.html>

Vabariigi Valitsus, 17.03.1998. a määrus nr 52.

Vabariigi Valitsus, 31.10. 2000. a määrus nr 348.

Vihalemm, P., Lõhmus, M., Jakobson, V. (2004). Mina. Maailm. Meedia. Tartu Ülikool ajakirjanduse ja kommunikatsiooniosakond.

Vihalemm, P. Meedia ja kommunikatsiooni uurimismeetodid. Konspekt. Tartu Ülikool ajakirjanduse ja kommunikatsiooniosakond.

Äripäeva käsiraamat. (2008). Ärisari: Suhtekorraldus organisatsiooni edukuse tegurina. Tasuline e-ajaleht <http://www.aripaev.ee/mod/emb/sisukord/index.html>

TERE

Olen Tartu Ülikooli sotsiaalteaduskonna ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna üliõpilane ning Kaitseväe Ühendatud Õppeasutuste lektor, leitnant Kristjan Kostabi. Koostan uurimistööd teemal „*Kaitseväe Ühendatud Õppeasutuste Kõrgema Sõjakooli kuvand ajateenijate seas*“. Seoses sellega palun vastata Teil mõnele küsimustele.

Küsimustik on anonüümne aga mõned küsimused täpsustavad Teie vanust, elukohta ja Kaitseliitu kuuluvust.

Töö eesmärk on uurida, milline on Kõrgema Sõjakooli kuvand ajateenijate hulgas.

Palun hinnake väiteid oma seisukohalt. Seejärel tõmmake lause taga olevale sobivale numbrile ring ümber. Hinnake kindlasti kõiki väiteid.

Vastuse variante on viis:

- 1 – ei ole kindlasti nõus**
- 2 – pigem pole nõus**
- 3 – ei oska öelda**
- 4 – pigem nõus**
- 5 – kindlasti nõus**

1. Kõrgem Sõjakool asub Tallinnas	1	2	3	4	5
2. Kõrgem Sõjakool kuulub Balti Kaitsekolledži alla	1	2	3	4	5
3. Kõrgem Sõjakool on eraldiseisev kõrgkool	1	2	3	4	5
4. Eesti Kaitsejõud vajavad Kõrgemat Sõjakooli	1	2	3	4	5
5. Riviohviteriks peaks saama ainult Kõrgemas Sõjakoolis	1	2	3	4	5
6. Eesti Kaitseväes on liiga vähe ohvitseri, kes on lõpetanud Kõrgema Sõjakooli	1	2	3	4	5
7. Kõrgema Sõjakooli lõpetanud riviohviter on üksuse ülemana kompetentsem kui mujal kõrgkoolis hariduse saanud ohvitser	1	2	3	4	5
8. Kõrgem Sõjakool on nagu iga teine kõrgkool	1	2	3	4	5
9. Kõrgemasse Sõjakooli astumine on raskem kui mõnesse teisse kõrgkooli	1	2	3	4	5
10. Kõrgemasse Sõjakooli astuvad need, kes kuhugi mujale sisse ei saa	1	2	3	4	5
11. Kõrgemasse Sõjakooli astuvad vaesed noored, kellel on stipendiumi ja tasuta elamist kõrgkoolis õppimiseks vaja	1	2	3	4	5
12. Kõrgemasse Sõjakooli astuvad ainult need, kellele sõjandus meeldib	1	2	3	4	5
13. Kõrgemasse Sõjakooli astuvad need, kes soovivad lihtsalt kõrgharidust	1	2	3	4	5
14. Kõrgem Sõjakool on moodne kool kvalifitseeritud õppejõududega	1	2	3	4	5
15. Kõrgemas Sõjakoolis tehakse militaarset "ajupesu"	1	2	3	4	5
16. Kõrgem Sõjakool on Eesti Kaitsejõududele ebavajalik	1	2	3	4	5
17. Kõrgemas Sõjakoolis ei õpetata midagi sellist, mida ka tsiviilelus vaja	1	2	3	4	5

lähed	
18. Kõrgema Sõjakooli lõpetanu on hea juht ja pedagoog, millest on ka tsiviilelus kasu	1 2 3 4 5
19. Mul on piisavalt infot Kõrgema Sõjakooli õppekava kohta	1 2 3 4 5
20. Kõrgemas Sõjakoolis pannakse enam rõhku füüsilisele treenitusele kui teadmiste omandamisele	1 2 3 4 5
21. Ma ei tea kes minust saab, kui ma lõpetaks Kõrgema Sõjakooli	1 2 3 4 5
22. Mul on piisavalt infot sotsiaalsete tagatiste kohta (elamine, riided, toit, arstiabi jms) Kõrgemas Sõjakoolis	1 2 3 4 5
23. Eesti Kaitsejõududes valitseb täielik korralagedus	1 2 3 4 5
24. Eesti Kaitsejõud ei peaks osalema välismissioonidel	1 2 3 4 5
25. Mida rohkem kompetentsemaid ohvitseri tuleb Kõrgemast Sõjakoolist, seda kiiremini arenevad Eesti Kaitsejõud.	1 2 3 4 5
26. Peale ajateenistust astun Kõrgemasse Sõjakooli	1 2 3 4 5
27. Kõrgem Sõjakool tundub mulle vaenuliku ja külmana, samas kui Tartu Ülikool sõbraliku ja soojana	1 2 3 4 5
28. Minu jaoks piisava osa infost Kõrgema Sõjakooli kohta olen saanud juba enne ajateenistust ja ma ei vaja lisainfot	1 2 3 4 5
29. Minu suhtumine militaarseesse organisatsioonidesse oli välja kujunenud juba enne ajateenistust	1 2 3 4 5
30. Minu arvates on Kõrgemal Sõjakoolil hea maine kõrgkoolina	1 2 3 4 5
31. Elukutseliseks sõjaväelaseks hakkavad ainult need, kes midagi muud ei oska	1 2 3 4 5
32. NATO'1 on minu silmis hea maine tugeva ja kaitsva organisatsioonina	1 2 3 4 5
33. Mina saaksin Kõrgemas Sõjakoolis kindlasti hakkama	1 2 3 4 5
34. Kõrgem Sõjakool ei väärtusta muud haridust kui sõjaline	1 2 3 4 5
35. Kõrgemas Sõjakoolis kehtib „dedovšina“ ehk nooremate kadettide terroriseerimine vanemate kadettide poolt, kaaderkoosseisu vaikival nõusolekul.	1 2 3 4 5
36. Iseloomustan ennast kui riskialti, julge ja avatuna uuele ja huvitavale.	1 2 3 4 5
37. Hindan pikaajalisi väärtusi, rahulikku eluolu ja turvalist töökohta.	1 2 3 4 5

Palun hinnake järgnevaid küsimusi ja väiteid oma seisukohalt. Seejärel tehke sobiva vastuse taga olevasse lahtrisse rist. Vastake kindlasti kõikidele väidetele.

1. Kust saite informatsiooni Kõrgema Sõjakooli kohta?:

	Põhiliselt	Veidi	Üldse mitte
Erialameedia - (Sõdurileht, Sõdur, Kaitse Kodu)			
Ajalehtedest			
Ajakirjadest			
Televisioonist			
Internetist			
Raadiost			

Sõpradelt			
Ülematelt			
Kõrgema Sõjakooli tutvustustest väeosades			
Kodust			
Oma koolist			
Värbamiskeskuse esindaja esitlusest			
Kuulujuttudest			

Mujalt.....

2. Millised kaitseväe infoallikad olid Teile enne ajateenistust kättesaadavad, kus oli infot Kõrgema Sõjakooli kohta?

	Põhiliselt	Veidi	Üldse mitte
1. Sõdurileht			
2. Ajakiri „Sõdur”			
3. Ajakiri Kaitse Kodu			
4. Koduleheküljed internetis			
5. Kaitseväe esindaja loeng			
6. Infomessid			

2. Kõrgem Sõjakool tähendab minu jaoks:

	Kindlasti	Ei oska öelda	Kindlasti mitte
Tavalist kõrgkooli			
Eesti sõjandusteaduse nurgakivi			
Range distsipliiniga erialakõrgkooli			
Võimalust saada kõrgharidus ja kindlat tööd tulevikus			
Kohta, mis mind ei huvita ja kuhu ma õppima ei lähe			

3. Milline info on siiani Teie hinnangul puudulik neile, kes sooviksid Kõrgemasse Sõjakooli astuda:

	Kindlasti	Ei oska öelda	Kindlasti mitte
Sotsiaalsed tagatised (stipendium, elamine, toit jms)			
Õppekava sisu (ained, koormus jms)			
Võimalik karjäär peale kooli lõpetamist			
Kõrgema Sõjakooli hariduse väärtus teiste tööandjate silmis			
Igapäevane eluolu ja vaba aeg			

4. Kõrgem Sõjakool peaks ennast tutvustama nii:

	Kindlasti	Ei oska öelda	Kindlasti mitte
Värviliste ja efektsete reklaamidega nagu USA armee			
Lühifilmide seeriaga, mis tutvustab kooli elu (nagu seriaal "Meie sõdurid")			
Tekstide, intervjuudega erialameedias (Sõdurileht, Sõdur)			
Kõrgema Sõjakooli esindaja peaks kooli väeosades tutvustama			
Ei peaks ennast rohkem reklaamima kui praegu			
Kõrgema Sõjakooli kadetid peaksid tutvustama sest nemad räägivad nii nagu asjad koolis tegelikult on			

Midagi muud:

.....

.....

.....

5. Kas Te õpite mõnes kõrgkoolis või olete kõrgkooli lõpetanud?

() Jah,

() Ei.

6. Kas Te kuulute Kaitseliitu?

() Jah,

() Ei

7. Kui vana Te olete?

.....

8. Millises maakonnas Te elate?

.....

9. Kas Te plaanite peale ajateenistust astuda Kõrgemasse Sõjakooli ja miks?

() Jah,

.....

() Ei,

.....

10. Mida sooviksite lisada, mis ei kajastunud küsimustikus või kommenteerida midagi seoses Kõrgema Sõjakooli või ohvitseri haridusega?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

TÄNAN ABI EEST!